TYPO

typografie . grafický design . vizuální komunikace
typography . graphic design . visual communication

TYPO.18 DECEMBER 2005

Partneři časopisu / Partners of magazine

generální partner/ general partner

Vydavatel odborných publikací, pořadatel seminářů, konferencí a odborných zájezdů, konzultant a poradce pro oblast předtiskové přípravy, tisku, dokončujícího zpracování

Vydavatelství Svět tisku, spol. s r. o.
Hollarovo náměstí 11, 130 00 Praha 3, Česká republika
tel.: 271 737 788, 271 733 554, fax: 272 736 252
e-mail: redakce@svettisku.cz; inzerce@svettisku.cz
http://www.svettisku.cz

hlavní partneři / main partners

Distributor a produkční partner společnosti Linotype Library, dodavatel a systémový integrátor grafických, předtiskových a publikačních systémů a zařízení pro produkční digitální tisk.

DataLine Technology spol. s r. o.
Drahobejlova 6, 190 00 Praha 9, Česká republika
tel.: +420 284 811 400, fax: +420 284 811 409
e-mail: obchod@dataline.cz
www.dataline.cz

Výhradní distributor Adobe Systems pro ČR a SR.
Dodavatel aplikací pro klasické, internetové a multimediální publikování a pro elektronickou distribuci a archivaci dokumentů.
Specializované školící středisko aplikací Adobe.

AMOS Software, spol. s r. o.
Patočkova 61, 169 00 Praha 6, Česká republika
tel.: +420 284 011 211, fax: +420 284 011 212
e-mail: obchod@amsoft.cz
www.amsoft.cz

tiskárny / printers

Kompletní předtiskové, tiskové a knihařské služby: ofsetový tisk B1 a B2 (Heidelberg), vazby V1 a V2, automatický výsek B1, falcování, slepotisk, trojřez, DTP, scan, osvit CtP

K. P. R. s. r. o.
Pod Šancemi 4/196, 190 00 Praha 9
tel.: 266 311 822, fax: 266 311 820, e-mail: info@kprtisk.cz
www.kprtisk.cz, www.mojetiskarna.cz

DTP, redigitalizace filmů, osvit CtP, archový i rotační ofsetový tisk na strojích Heidelberg, vazby V1 a V2

Tiskárna Praha
Poděbradská 540, 190 00 Praha 9 – Vysočany
tel.: 225 277 111, fax: 225 277 249, e-mail: obchod@praha.reproprint.cz

Tiskárna Zádveřice
763 12 Zádveřice 48, Zlínský kraj
tel.: 577 687 111, fax: 577 687 112, www.reproprint.cz

grafika, DTP, CTP, tisk do formátu B1, kompletní knihařské zpracování

REALTISK, s. r. o.
Opatovická 18, 110 00 Praha 1
tel.: +420 224 930 426, +420 224 933 822–3
fax: +420 224 933 824

partneři / partners

ADOBE AUTHORIZED SERVICE PROVIDER

grafické návrhy, DTP, scan, osvit velkoformátový a digitální tisk prodej fontů URW++ a Adobe

Studio Marvil, s. r. o.
Ječná 29, 120 00 Praha 2
tel.: 224 941 955, fax: 224 941 145
marvil@marvil.cz
www.marvil.cz

Střešovická písmolijna je výrobcem kvalitních OpenType fontů s jedenáctiletou tradicí. Kromě slavných klasických textových písem z evropské historie nabízí také důležitá původní díla českých písmařů 20. a 21. století.

František Štorm
Špálova 23, 162 00 Praha 6 CZ
mail@stormtype.com
www.stormtype.com

Océ umožňuje svým zákazníkům účinné a efektivní zpracování dokumentů nabídkou průběžně inovovaných produktů pro správu a tisk dokumentů pro profesionální prostředí.

Océ-Česká republika, s. r. o.
Hanusova 18, 140 21 Praha 4
tel.: +420 244 010 111, fax: +420 244 010 190
e-mail: info@oce.cz, http://www.oce.cz
http://shop.oce.cz

Univerzální tiskárna a grafické studio. Tisk katalogů a časopisů V1, V2, V3, automatický výsek.

OMIKRON Praha, spol. s r. o.
Doudova 22, 147 00 Praha 4
tel.: 261 218 309–10, fax: 261 227 946
výroba: U Elektry 650, Praha 9 – Hloubětín
e-mail: omikron@omikron.cz
www.omikron.cz

Lokalizace písem do CE sady včetně úplného kerningu všech nových znaků. Konverze počítačových písem OpenType, Type 1 a TrueType pro Mac & PC. Generování OpenType fontů včetně funkcí podporovaných v Adobe CS 2.

Designiq
Šimáčkova 18, 170 00 Praha 7
fontservis@typo.cz
www.typo.cz/ fontservis

partneři / partners

(nejen) knižní typografie a sazba, jazykové redakce, korektury, školení grafických pracovníků

Studio LACERTA
Chvalova 11
130 00 Praha 3
tel.: 603 746 009
sazba@sazba.cz
www.sazba.cz

Původní písma, korporátní písma, písma na objednávku.

SUITCASE TYPE FOUNDRY
Soběslavská 27
130 00 Praha 3
tel.: +420 775 066 498
mail@suitcasetype.com
www.suitcasetype.com

ANTALIS s. r. o., velkoobchod papírem, člen nadnárodní společnosti ANTALIS International Holdings.

ANTALIS s. r. o.
Office Park Nové Butovice
Bucharova 1314/8, 158 00 Praha 5
tel.: +420 233 113 211, fax: +420 233 113 223
e-mail:antalis@antalis.cz
www.antalis.cz

partner / partner

partner / partner

TYPO typografie . grafický design . vizuální komunikace
typography . graphic design . visual communication

ČLEN ICOGRADA DESIGN MEDIA NETWORK . A MEMBER OF ICOGRADA DESIGN MEDIA NETWORK icograda

→ **www.magtypo.cz**
→ **vydavatel** publisher
Vydavatelství Svět tisku, spol. s r. o.
Společnost je zapsaná u městského soudu Praha, oddíl C, vložka 80559
→ **adresa** address
Hollarovo náměstí 11, 130 00 Praha 3
tel./phone: +420 271 737 788
fax: +420 272 736 252
→ **předplatné** subscription
predplatne@magtypo.cz
sub@magtypo.cz
→ **manažerka redakce** editorial office manager
Linda Kudrnovská (linda@magtypo.cz)
→ **inzerce** advertising
Martin Jamrich (martin@magtypo.cz)
→ **redakce** editors
redakce@magtypo.cz, pr@magtypo.cz
Filip Blažek (filip@magtypo.cz)
Pavel Kočička (catt@magtypo.cz)
Jakub Krč (jakub@magtypo.cz)
Pavel Zelenka (pavel@magtypo.cz)
→ **grafika** design
Jana Vahalíková (jana@marvil.cz)
→ **pre-press**
Studio Marvil (www.marvil.cz)
→ **tisk** print
REALTISK s. r. o. Opatovická 18, 110 00 Praha 1 Nové Město,
tištěno na papír BLACK LABEL mat / printed on BLACK LABEL mat paper – 150 g/m² & 250 g/m² (dodává ANTALIS s. r. o.)
→ **programy** software
Adobe InDesign®, Adobe Photoshop®, Adobe Acrobat®, ScenicSoft ColorCentral®, ScenicSoft Preps®

Vydávání povoleno Ministerstvem kultury ČR pod číslem MK ČR E 13984, ISSN 1214-0716. Názvy produktů a jmen firem zmiňovaných v magazínu mohou být chráněny ochrannými známkami. Přebírání jakýchkoliv údajů z magazínu je povoleno pouze s písemným souhlasem vydavatele.
Materials from this magazine must not be copied or further published without the consent of the editors.

TYPO.EDITORIAL 1

TYPO.ESSAY 2
Margaret Re → A Typographic Jubilee for Matthew Carter
Typografické jubileum Matthewa Cartera

TYPO.INTERVIEW 18
with Matthew Carter by Adam Twardoch → Carter: Gracias

TYPO.PHOTO 38
Jiří Karásek & Radek Sidun → Všechno je možné
Everything is possible

TYPO.BAZAAR 44

→ **Matthew Carter. An untitled alphabet that began as an experiment in the legibility of sans serifs. Drawn by a twenty-two year old Carter and reproduced in "Motif."**
Matthew Carter. Bezejmenná abeceda, která vznikla jako experiment na téma čitelnosti bezpatkového písma. Carter ji nakreslil ve dvaadvaceti letech a byla otištěna v časopise Motif.

Ahoj Ježíšku (a čtenáři), Matthew Carter by si přál, aby nemusel skřípat zuby nad špatně použitými písmy. Řekl to Adamu Twardochovi, když si společně optimisticky notovali u příležitosti padesáti let Carterovy kariéry. Jejich rozhovor otiskujeme na straně 18. Studenti grafického designu na VŠUP Radek Sidun a Jiří Karásek by chtěli zpátky papírovou tašku, kterou ztratili v Osace v Apple Store. Píší o tom ve své fotoeseji z Japonska na straně 38.
My v redakci bychom chtěli, aby v pěkných publikacích nikdo nepodceňoval jazykové korektury a aby velké společnosti a reklamní agentury přestaly používat termín firemní filozofie. Láska k moudrosti s kecy kolem prodeje aut, limonád a pracích prášků prostě moc nesouvisí.
A mně už, prosím tě, Ježíšku, nedávej k Vánocům žádnou dřevěnou volavku. Dala jsem ji sice na jaře do zahrady do trsu kosatců, ale stejně byla vidět. A což teprve, když kosatce odkvetly...
Díky a dobrý nový rok všem! ✖ [redakce]

Dear Santa (and dear readers), Matthew Carter wished for himself not to have to grind his teeth over the appalling use of letters. At least that is what he told Adam Twardoch when they were rather optimistically chatting on the occasion of the 50th anniversary of Carter's career. We bring their talk on page 18.
Radek Sidun and Jiří Karásek, graphic design students of The Academy of Arts, Architecture and Design in Prague, wish to find the bag they lost in an Apple Store in Osaka. They tell the story of their loss in their photo-report from Japan on page 38.
The editors wish for all elegant books not to be spoilt by the absence of editing, and for all the big companies and advertising agencies to stop using the expression philosophy of the firm. Love to wisdom does not really have much to do with all that babbling about merchandising of cars, soft drinks and detergents.
And as for myself, dear Santa, I don't wish to get another wooden heron. I placed the last one in my garden amongst the irises, but it was still visible. Let alone after the irises lost blossoms...
Thanks and a Happy New Year to all of you! ✖ [the editors]

TYPO:TEXT Nimbus Sans Novus (Regular, Medium, Semibold, Black) Fette Engschrift (Regular) → URW++

A Typographic Jubilee for Matthew Carter

Matthew Carter (British, born 1 October 1937) has been the focus of attention by those who make and use type and study its history, because this year marks Carter's fiftieth anniversary as a type designer. However, it is not the number of years that makes this industrial designer's achievements notable, it is the quality and innovativeness of a significant body of work made by a keen and perceptive mind that has worked through the historical and pioneered the contemporary processes used to make type. This broad and deep knowledge base combined with a respect for those who use the tools he makes gives Carter the insight to recognize the potentials of these processes and their constraints on the shapes given to the letters themselves, on language as it is physically formed by others and ultimately to anticipate new uses while ensuring that the very real human needs for legibility, readability, and expression are met. At its core, Carter's work is concerned with clarity and comprehension; the ease in which individual characters and word shapes are recognized in reading environments and the ease in which they can be used.

Carter's work exemplifies the belief that in order for a typeface to be truly useful, it must function as what Stanley Morison called, along with architecture, a servant art. Carter has compared the act of creating a typeface to that of an architect using planes to define space. In type design, as with architecture, the void, the living space, is more important than the solid. A type designer makes marks thereby constructing spaces to create characters that must combine to carry thought that he may never know without obstructing intent. Carter begins a typeface by working intensively on a small set of letters, expanding his study to related forms. Carter's skill extends past shaping individual letters and their potential combinations to include the relationships found between word and interword shapes, and their functional groupings ultimately progressing into issues of type weight, slope, width and scale, characteristics that act as interpretative devices. This careful consideration of all facets of type design encourages the user to employ Carter's typefaces with a thought-free confidence born of ease. Carter whose father is Harry Carter (1901–1982) quotes his father's words from *A View of Early Typography Up To About 1600* that impressed this lesson in humility on him:

"The comparative numbers of readers, printers and typefounders is such that the convenience of the least numerous gets very little consideration."

The subtlety of this understated and self-effacing quote is as much characteristic of the younger Carter as it is the senior. The sympathetic respect that Carter, a careful thinker, holds for the reader allows him to intelligently negotiate his way through a web of considerations so that his types successfully mediate between author and reader. At the core of Carter's work is an understanding that the answer to a problem is found in its definition.

Carter is a landmark figure who clearly enjoys working with language as much as he does providing the tools to make it, Carter has written and publicly commented on typography. While he is known for his elegance, eloquence, and generosity of spirit, he is a private individual. His typefaces have always spoken most publicly about him. As a body, they demonstrate that Carter understands that the driving force for the creation of a typeface can arise from a number of inter-related concerns, including cultural, technical, and aesthetic. The best way to learn about Carter is through a discussion of his typefaces.

Bell Centennial

Bell Centennial, released in 1978, provides an example of how the creation of a typeface can be developed as an inter-related response. It also demonstrates how the knowledge gained in arriving at a specific solution can be built upon. AT&T commissioned Carter through Linotype to design Bell Centennial because of technological problems emerged when typesetting systems changed. The design brief required that a page set in the new typeface utilizing cathode ray tube technology contain the same amount of information as a page set in the old typeface, Bell Gothic, which utilized hot metal. The nature of the text used in a directory challenged Carter with issues of hierarchy, legibility and readability. The resulting seven member type family whose names describe their purpose met these needs and demonstrated Carter's prescient ability to address conserving resources as a cultural concern. Mike Parker, formerly Mergenthaler Linotype's director of typography, says that Bell Centennial's economy saved A &T twenty lines per page. Every line saved was equal to approximately a million dollars in terms of paper cost. AT&T also realized a 25–30% drop in calls placed to information and attributed the drop to Bell Centennial's increased readability and legibility.

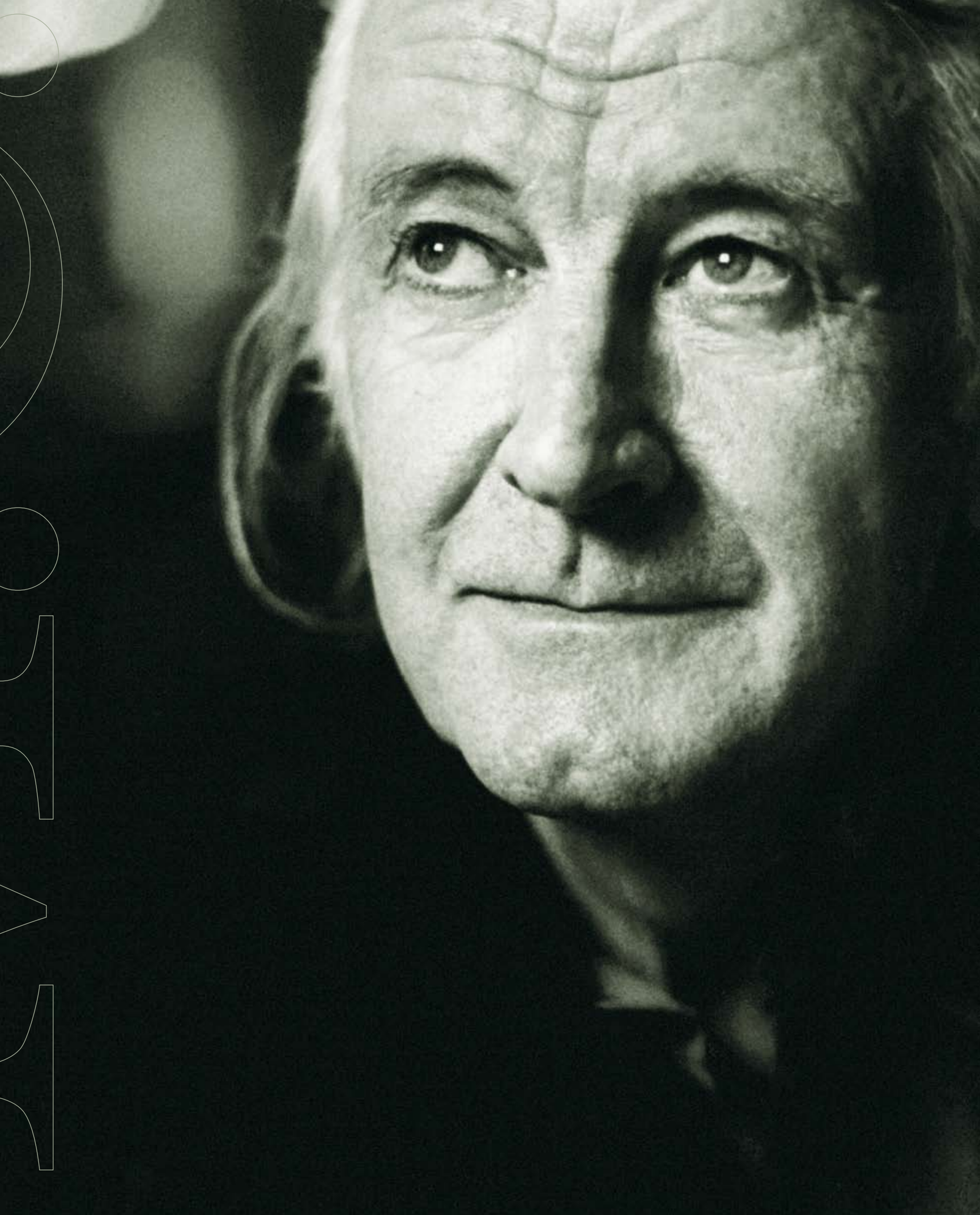
Bell Centennial's antecedents may include a 6–1/2 point type designed by Harry Carter for Oxford University Press's use in small bibles and prayer books drawn in 1956 by the younger Carter under his father's direction. Paul Luna in "Two Oxford Bible Types", published in Matrix in 1997, points out that these are the first formal type drawings made by Matthew. The drawings were used to make multiples so that sample sets could be pasted-up and reduced photographically. (Harry made the initial drawings but could not physically craft tight drawings himself.) Carter, who says that he doesn't draw well, doesn't think that the experience of drawing his father's bible type influenced Bell Centennial. This is surprising, because there is much that can be learned through production. In order to draw well, one must understand what it is that one is trying to represent and in understanding what something is, one must understand how it functions.

Critics view Bell Centennial as one of Carter's most important typefaces because its development has proved influential on typefaces designed to reside within inhospitable environments including: Bitstream Charter, a serif face designed with minimal curves to be digitally compact at a time when printer memory was limited; Verdana, a sans serif designed to rest comfortably in the poor reading environment offered by on-screen viewing, and Meiryo Romaji, a companion sans serif Latin face with accompanying Greek and Cyrillic sets for a Japanese type that uses ClearType technology.

However, Bell Centennial's greatest impor-

Matthew Carter, photo: Ralph Gibson

TYPEFACE Nimbus Sans Novus (medium, **bold**, **heavy**) URW++ → Miller Text (Roman, *Italic*) by Carter & Cone



↑ **Harry, Matthew, and Ella Carter. Originally included in "Harry Carter: Typographer" published by The Old School Press.**
Harry, Matthew a Ella Carterovi. Původně publikováno v knize „Harry Carter: Typographer" vydané nakladatelstvím Old School Press.
↓ **Carter, 19 years old, cutting a punch.**
Devatenáctiletý Carter vyřezává písmeno.

tance lies in its success. This type family gave Carter a sense that it would become possible to make a living as an independent type designer or—as is now the case—designer, manufacturer and distributor. AT&T commissioned Linotype to solve a design problem whose answer laid in an understanding of how to work within technological constraints in order to solve a problem in readability and legibility. AT&T did not purchase Linotype's typesetting equipment and then ask for a new typeface as a supplement to machinery. It hired Carter for his expertise in type design and in creating functional typography.

Snell Roundhand

Snell Roundhand, released in 1966 and made for photocomposition, is exemplary of script faces that have become evocative of cultural concerns that extend to an integrated pattern of human behavior that encompasses gender, era, exclusivity, and courtesy. It is a revival of the writing master and accountant Charles Snell's disciplined copperplate script, originally conceived in an effort to develop a standardized means for accountancy that met the needs of the growing commercial concerns of 18th century England. Carter understood that he could take advantage of technological advances that permitted letters to extend past the boundaries once imposed by metal— as seen with the lowercase *f* that extends into four letters—with generous overlaps and dramatic flourishes, and set himself the task of designing a workable script face for typographic purposes. As a case in point, James Mosley, type historian and former head librarian at St Brides', points to the daring manner in which Carter took the lowercase s of Snell's alphabet and formed it into the capital S of Snell Roundhand.

Galliard

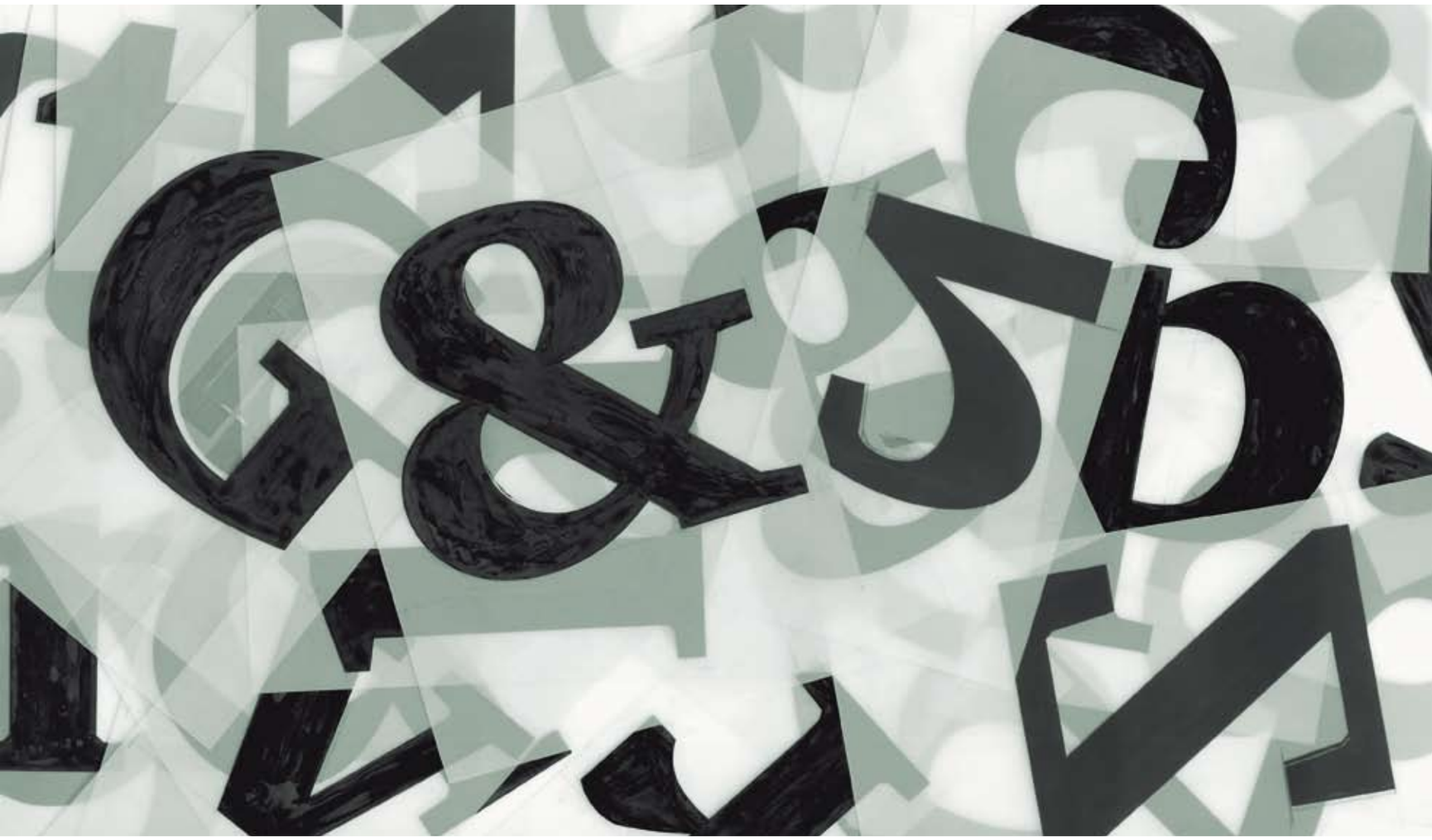
Carter has always been interested in text faces because of their complexity, of which Galliard is a prime example. Like Bell Centennial, Galliard's forms reflect Carter's experiences, his knowledge of technology, his understanding of the wide range of characters needed to structure a complex text, and his aesthetic sensibilities, what these characters look like and how they must rhythmically fit together. An elegant and efficient Old Style face, Galliard was released by Linotype in 1978. While the Carter & Cone release is truest to Carter's original drawings, ITC, Adobe and Bitstream have also released Galliard. This is testimony to its functionality in the commercial market and its success as a publishing industry standard. David Berlow of the FontBureau humorously noted at TypeCon 2005 that Carter has been around long enough to see his work revived.
Galliard's design is rooted in the functional concerns of the present era and the historical forms of the French typecutter Robert Granjon, noted for the exuberance and vitality of his letterforms. Carter calls Galliard, which is not tied to any specific Granjon typeface, an anthology of Granjon's work. It is a sensitive re-interpretation of the sum of Granjon's mature style with the added consideration of the range of type weight, slope and alternative characters needed in a contemporary type family. Galliard shares a kinship with Garamond, Plantin and Times Roman, other well-used and familiar typefaces inspired by the historical models found at the Plantin-Moretus Museum. Its frequent use continues to demonstrate that it is pliable and adaptable to a broad range of textual needs. Critics have ranked Galliard among the most significant typefaces of the 20th century.

Mantinia

Carter drew his inspiration for Mantinia, a titling face issued in 1993 to accompany Galliard, from three sources: the painted inscriptions of Andrea Mantegna, one of the first Renaissance artists to revive Roman lettering, who studied the sculptural letterforms of classical Rome; the lettering on the facade of the Boston Public Library which uses ligatures and other typographic short cuts to fit a variety of names into a limited space; and Granjon. Mantinia evolved into a full set of capitals and elevated capitals, plus visually distinctive letterforms such as ligatures and scribal-connected characters that dated to the 16th century and earlier but that had disappeared over time from the printer's palette as the pace of life increased. Studying Carter's work and work processes results in people thinking about what a typeface is and how it can be used to make typography. Subsequent to Mantinia's release there was an increase in general interest on the part of type designers in continuing the exploration of what constituted a character set and an explosion in the design and use of decorative ligatures.

Walker and Devanagari

Carter, who has designed a number of non-Latin types, is sensitive to the abilities of native speakers and fluent users of a language to have an innate understanding of the typographic textures — the rhythms and patterns of the visual form. His knowledge of these other writing systems has informed his development of Latin typefaces. The expressive, changeable, and pluralistic nature of Walker, a titling face commissioned in 1995 by the Walker Art Center in Minneapolis, Minnesota, as a means to show the gallery's commitments to regional diversity, internationalism and experimentation, owes a debt to the 1975 Carter-designed Devanagari, an open-ended script typeface used primarily for setting Hindi via Linotype and the slab serifs developed for the commercial needs of 19th century England.
Walker, in what Carter calls its "vanilla state," is a sans serif titling face. In its more



↑ **Sketches on drafting film for the Black weight of Bitstream Charter.** Nákresy řezu Black písma Bitstream Charter na rýsovacím papíře.

Typografické jubileum Matthewa Cartera

Brit Matthew Carter (narozen 1. října 1937) byl letos středem pozornosti typografů, designérů i historiků typografie: přesně před padesáti lety se totiž stal typografem. Není to ale počet let věnovaných typografii, co ho činí výjimečným, je to spíš kvalita a inovativnost podstatné části jeho díla, vytvořeného živou a vnímavou myslí, schopnou zpracovat historické podněty a být průkopníkem moderních technologií. Všestranný a hluboký vědomostní základ spolu s respektem vůči těm, kteří jím vytvořené nástroje užívají, dávají Carterovi schopnost rozpoznat potenciál jednotlivých výrobních postupů a zároveň mu umožňují odhalit omezení, která tyto postupy kladou na tvar písmen samotných i na jazyk, jak je fyzicky utvářen svými uživateli. Dále mu umožňují anticipovat nová využití těchto nástrojů, aniž by rezignoval na fyzické nároky jejich uživatelů – čitelnost, čtivost a výraz. Jádrem Carterovy tvorby je tedy důraz na čistotu, srozumitelnost a potenciál znaků k tomu, aby mohly být okamžitě rozpoznány i užívány v konkrétních čtenářských situacích.

Carterovo dílo je ztělesněním přesvědčení, že písmo je skutečně užitečné, když funguje jako něco, co Stanley Morrison nazval spolu s architekturou „služebným uměním“. Carter srovnává akt tvorby písma s uměním architekta, který užívá rovin k definici prostoru. V typografii, stejně jako v architektuře, je více než hmota důležitá prázdnota, životní prostor. Typograf vytváří značky, kterými definuje prostor pro vytvoření znaků. Ty musí být dále zkombinovány tak, aby nesly myšlenku, již ale tvůrce nemusí znát. Přesto znaky nesmí stát tomuto záměru v cestě. Když Carter začíná pracovat na návrhu nového písma, intenzivně pracuje na malé skupině vybraných znaků, a přitom se věnuje i příbuzným, nepísmovým tvarům. Carterovo typografické umění sahá totiž dále než k pouhému tvarování jednotlivých písmen a promýšlení jejich možných kombinací. Carter bere v úvahu i vztahy mezi jednotlivými tvary uvnitř slova a mezi celými slovy, a tyto funkční kombinace dále reflektuje při vytváření sklonu, šířek a proporcí, což jsou vlastnosti, které fungují jako nástroje interpretace. Toto pečlivé zvážení všech aspektů, které hrají roli při vytváření nového písma, pak uživateli umožňuje pracovat s Carterovými písmy se sebedůvěrou, která plyne právě z lehkosti jejich užití. Carter v knize A View of Early Typography Up To About 1600, která ho inspirovala v jeho skromnosti, cituje slova svého otce Harryho Cartera (1901–1982):

„Když porovnáme množství čtenářů, tiskařů a typografů, zjistíme, že na potřeby té nejméně početné skupiny jsou brány jen minimální ohledy.“

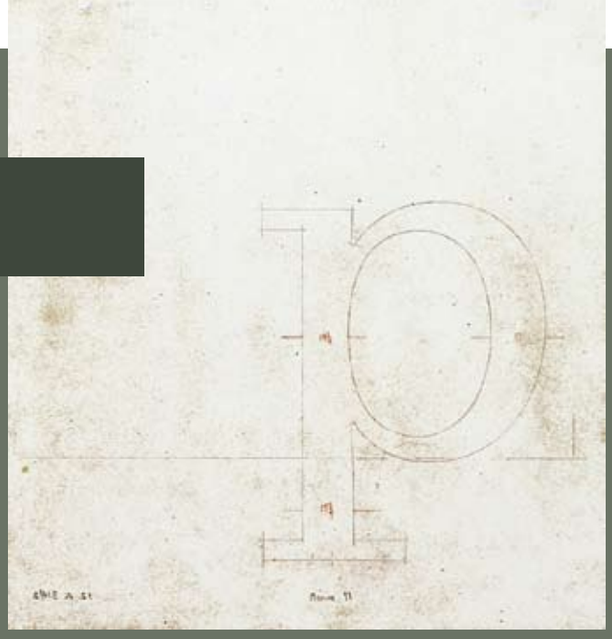
Pronikavost této zdrženlivé a velice skromné poznámky je stejně typická pro Cartera mladšího i staršího. Chápavé ohledy vůči čtenáři jsou pro důkladného, přemýšlivého Cartera samozřejmostí: umožňují mu důvtipně najít cestu propletencem jednotlivých požadavků, kladených na písmo autorem i čtenářem, a učinit z něj jejich vzájemného prostředníka.V jádru Carterovy tvorby najdeme poznání, že řešení problému se skrývá v jeho definici.

Carter je významnou osobností typografie, práce s jazykem mu zjevně přináší potěšení, a stejně tak mu činí radost tvorba nástrojů pro uvedení jazyka do fyzické podoby. Proto také o typografii píše a veřejně komentuje její vývoj. Ač se proslavil elegancí, výmluvností i velkorysou povahou, zůstává v pozadí a veřejně o něm vypovídají hlavně jeho písma. Ukazují, že Carter coby hnací sílu vedoucí ke zrození nového písma využívá nejrůznější vzájemně související podněty – kulturní, technické i estetické. Nejlepší cesta, jak proniknout do tajemství Carterovy osobnosti, vede skrze jeho písma...

BELL CENTENNIAL

Příkladem toho, jak se písmo může zrodit coby odpověď na různé vzájemně související podněty, je Bell Centennial z roku 1978. Demonstruje, jak lze dále stavět na poznatcích, ke kterým designéra přivede práce na jedné konkrétní zakázce. Společnost AT&T zadala Carterovi prostřednictvím Linotype zakázku na písmo Bell Centennial hlavně v reakci na problémy, které vznikaly s přechodem na novou technologii sazby. Zadání požadovalo, aby strana vysázená v novém písmu technologií CRT (později digitální tisk) obsahovala stejné množství informací jako strana sázená původním písmem Bell Gothic klasickou horkou sazbou. Povaha textu – telefonního seznamu – kladla nároky na uspořádanost a jasnou čitelnost. Výsledná rodina sedmi řezů, jejichž názvy zároveň označují vhodné užití, beze zbytku naplnila tyto požadavky a stala

Auriga



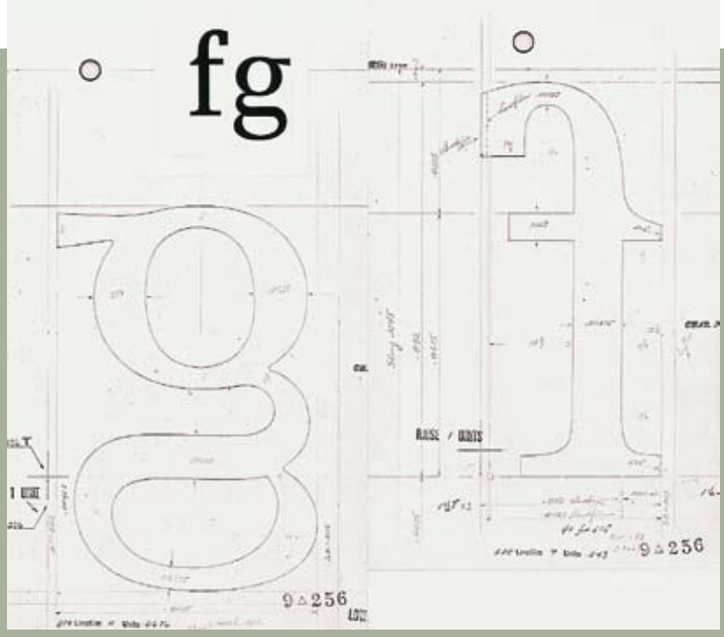
↑ **Auriga. Begun at Crosfield Electronics in 1965, finished at Mergenthaler Linotype in 1970.**
Right: Letters produced via scratchboard a production technique learned at the Deberney & Peignot Foundry.
Auriga. Písmo, jež se zrodilo v Crosfield Electronics v roce 1965 a dokončeno bylo v písmolijně Mergenthaler Linotype v roce 1970.
Vpravo: Písmena navržená pomocí techniky křídového papíru, kterou si Carter osvojil v písmolijně Deberney & Peignot.

complex form, Walker allows its user to select from a palette of five different snap-on serifs, customizing the typeface for each new project. These flexible serifs, whose historical form make them comfortably familiar at the same time as they make Walker innovative, may be added or deleted at will from the letterform's basic structure—and the letterform can be deleted leaving behind the serif. To add to the richness of the fabric that can be woven with Walker, the user may also select horizontal rules of the same width—what Carter calls wash-lines—on which the letterforms may sit or stand. At first glance, these rules are purely decorative. Ultimately, they aid in organizing the text by providing a trail for the reader to follow.
Devanagari, used for setting Hindi, has both dependent and independent vowels. The dependent vowel forms, whose positions vary from consonant to consonant according to the sound that the combined characters referenced, are physically attached above, below and to the side of consonants. In designing a Devanagari, Carter took advantage of Linotype's VIP system to develop a method that allowed these dependent vowels to be positioned through keystroke commands. Carter has said that the aspect of the Devanagari typeface that really influenced Walker was the problem of how to make the snap-on serif, the zero-width characters with their own keyboard addresses. In his design of Walker, Carter eliminated the numeral sign and other infrequently used characters and replaced them with serifs keyed to "shift, option" or "shift" commands.

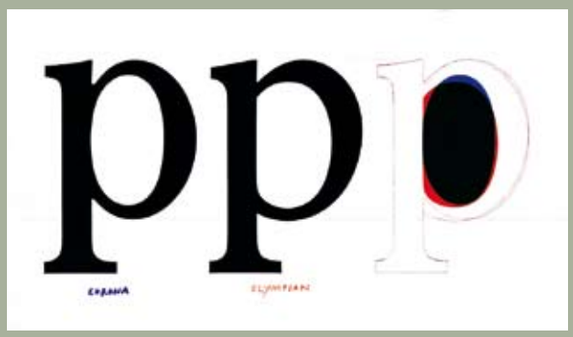
Verdana and Microsoft
The task of designing what became Verdana, which has been described as intentionally ordinary to further its widespread acceptance and help guarantee a long shelf life, began when Microsoft asked Carter to design a new typeface that while increasing on-screen readability would also signal to users they were using a new software release. Carter says that Steve Balmer, then second-in-command at Microsoft, when reviewing a Windows update that used MS Sans, asked for a new font. As a result, Carter was commissioned to design a typeface that looked cleaner and better.
Carter hopes that Verdana, which has set a standard for readability on the web, will continue to be used even when high-resolution screens that permit wide spread use of common, well-known typefaces are available and affordable. Microsoft provides extraordinary diffusion for Verdana, as it continues to expand its program to accommodate the needs of multilingual typography, thereby allowing Verdana to make its niche in the typographic ecology along with its companion faces designed for on-screen viewing: Georgia, a Scotch-Roman; Tahoma, a condensed variation of Verdana designed for use in situations that require more information to fit in less space—such as with dialog boxes and menus—; and Nina, a spatially efficient sans serif designed for use in situations that require more information to fit in even less space—such as with small hand-held devices.
Verdana's printer version was made after the screen version. Carter tried to give Verdana a visual interest and quality that makes it useful for off screen reading. He hopes that Verdana will last as users become more familiar with and accepting of it, and won't necessarily associate it with poor screen resolution or with on-screen viewing. This may prove to be true. Verdana and Georgia may become the equivalent of Helvetica and Times Roman.

CRT Gothic
The challenge of designing a typeface that compensates for the deficiencies of a still evolving technology has lead Carter throughout his professional life. It is not limited to his experiences with Microsoft or AT&T for that matter. Carter encountered this challenge of designing a typeface that made a technology look like it functioned better than it actually did in the very early days of digital typography when he drew CRT Gothic, a sans serif released as Video when Linotype was building its digital library that was never commercially successful because it looked too much like Helvetica and Futura, typefaces that had all ready come to dominate culturally. CRT Gothic allowed the same glass negative to be used to set roman and italic and to condense or expand width without having to change the physical font. Type set in CRT Gothic could be modified in much the same way the picture on a TV could be set by controlling the raster without any loss of production time.

Type and Technology
Carter proves that a typeface can be legitimately used to improve the aesthetic appearance and performance of a technology. Designing a typeface for a particular technology, while always viewed by Carter as a learning experience, has, as Carter points out, a crucial drawback, "… You're sort of on thin ice if you do make technology—specific typefaces." Halfway through the design of Charter, whose squared off serifs and rigid curves used a smaller file size, Bitstream



Olympian



↑ **Olympian, 1970. A newspaper text type produced both as Linotype matrices and Linofilm fonts. The last new design manufactured by American Linotype in metal. The diagram on the right shows how the "Old-style" canted stress of Olympian gives the illusion of greater width than the "Modern" form of Corona.**
Olympian, 1970. Novinové písmo vydané jako Linotype matrice i jako písmo pro fotosazbu. Nejnovější návrh byl vyroben písmolijnou American Linotype jako odlitek v kovu. Schéma vpravo znázorňuje, jak výrazný sklon písma Olympian vyvolává dojem větší šířky než varianta Modern písma Corona.

se tak důkazem Carterovy předvídavé schopnosti připsat technické předloze kulturní význam. Mike Parker, bývalý ředitel oddělení typografie v Linotype, řekl, že úspornost písma Bell Centennial ušetřila AT&T dvacet řádek na každé straně, a každý ušetřený řádek znamenal pro AT&T úsporu zhruba milionu dolarů na ceně papíru. AT&T také zaznamenala pětadvaceti až třicetiprocentní pokles počtu hovorů na informace, a připsala jej lepší čitelnosti Bell Centennial.
Mezi předchůdce Bell Centennial patří například písmo o velikosti šest a půl bodu navržené Harry Carterem pro Oxford University Press, kde bylo užíváno pro tisk malých Biblí a modlitebních knížek. Carter mladší je pod otcovým vedením nakreslil v roce 1956 (Harry Carter nebyl fyzicky schopen sám tak drobné písmo nakreslit). Nákresy byly okopírovány a z kopií sestaveny zkušební archy, jež byly později fotograficky zmenšeny. V článku Dvě písma Biblí z Oxfordu (Two Oxford Bible Types) upozornil Paul Luna v roce 1997 na to, že se jedná o první dvě oficiální písma, které Matthew nakreslil. Matthew Carter s tímto tvrzením překvapivě nesouhlasí, ačkoli je skrze reprodukci možné získat řadu zkušeností. Aby mohl designér dobře kreslit, musí v prvé řadě pochopit, co se snaží sdělit, a aby rozuměl podstatě věci, musí chápat, jak věc funguje.
Teoretici považují Bell Centennial za jedno z Carterových nejdůležitějších písem, protože se ukázalo, že jeho příklad později pozitivně ovlivnil písma, která musí existovat v nehostinných prostředích. Mezi ty patří Bitstream Charter, patkové písmo s minimálním užitím křivek, které vzniklo v době, kdy byla paměťová kapacita tiskáren omezená, dále Verdana, grotesk určený k tomu, aby pohodlně přežíval v bídném čtenářském prostředí počítačové obrazovky, a Meiryo Romaji, doplňkový latinkový grotesk s doprovodnými sadami cyrilice a alfabety pro japonské písmo, které užívá technologii ClearType.
Přesto spočívá největší význam písma Bell Centennial v jeho úspěchu. Tato písmová rodina Cartera přivedla k přesvědčení, že je možné, aby se uživil jako nezávislý typograf či designér, výrobce a distributor písem.
V zakázce pro AT&T měla písmolijna Linotype vyřešit designérský problém, jehož řešení nebylo možné bez důkladného pochopení daných technologických omezení, bránících jasné čitelnosti. AT&T nekoupila technologické vybavení Linotype, aby poté požádala o nové písmo jako doplněk pro tyto stroje. Místo toho si najala Cartera coby profesionálního typografa.

SNELL ROUNDHAND

Příkladem písma, které se stalo ztělesněním respektu vůči kulturní tradici a přesáhlo až do obecných vzorců lidského jednání, do problematiky doby, exkluzivity a vybranosti, je skript Snell Roundhand. Byl vydán v roce 1966 a je určen pro fotosazbu. Jedná se o revival disciplinovaného mědirytinového psacího písma, které navrhl písař a účetní Charles Snell ve snaze vytvořit pro oblast účetnictví standard schopný naplnit náročné komerční potřeby průmyslové Anglie osmnáctého století. Carter si uvědomil, že technický pokrok umožňuje písmenům překročit hranice kdysi stanovené měděnou deskou (jak je vidět na ukázce minuskového f, které zasahuje do prostoru čtyř písmen), a tak pracuje s velkorysými přesahy a dramatickými kudrlinkami. Jako příklad Carterova odvážného přístupu poukazuje James Mosley, historik typografie a bývalý hlavní knihovník v St. Bride, na minuskové s, které Carter převzal z původní Snellovy abecedy a pro Snell Roundhand jej přetvořil v S verzálkové.

GALLIARD

Carter se vždy zajímal o textová písma kvůli jejich komplexní povaze, ztělesněné například v písmu Galliard. I jeho tvary odrážejí Carterovy zkušenosti, technologické vědomosti, porozumění široké škále znaků, které jsou zapotřebí při strukturaci komplexního textu, i jeho estetické cítění. Elegantní a úsporná renesanční antikva byla vydána písmolijnou Linotype v roce 1978. Nejblíže k původnímu Carterovu návrhu má verze vydaná písmolijnou Carter & Cone, další verze písma vydaly ITC, Adobe a Bitstream. To svědčí zejména o funkčnosti tohoto písma v komerční sféře. Na konferenci TypeCon v roce 2005 David Berlow z FontBureau vtipně poznamenal, že Carter už se v typografii pohybuje tak dlouho, že je svědkem revivalu své vlastní práce. Design Galliardu na jedné straně pevně drží při zemi ohledy na funkčnost, jak si ji žádá dnešní doba, na straně druhé se inspiruje historickou podobou forem francouzského písmaře Roberta Granjona, výjimečných pro svoji vitalitu a nevázanost. Galliard není pevně svázán se žádným konkrétním Granjonovým písmem – Carter o něm mluví jako o „antologii" z Granjonova díla. Jde o citlivou interpretaci Granjonova celkově vyspělého stylu, doplněnou o různé řezy a alternující znaky, neodmyslitelně patřící k moderní písmové rodině. Galliard je členem šlechtické rodiny oblíbených a známých písem inspirovaných vzory z muzea Plantin-Moretus: Garamondu, Plantinu nebo Times Romanu. Rozšířenost Galliardu dokazuje, jak je univerzální a schopný přizpůsobit se nejrůznějším textovým potřebám. Galliard bývá řazen mezi nejvýznamnější písma dvacátého století.

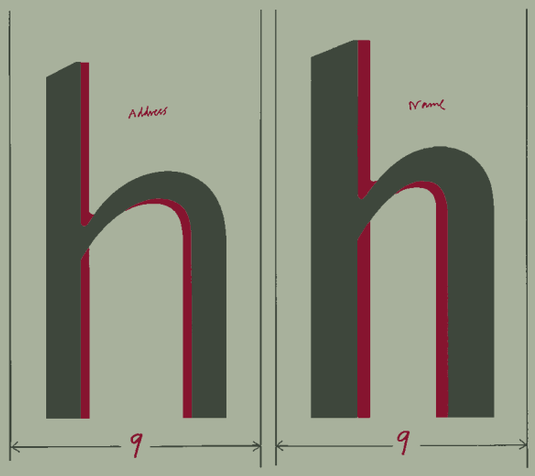
MANTINIA

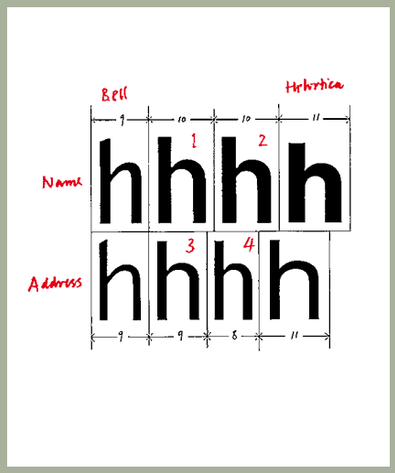
Při tvorbě titulkového písma Mantinia, které bylo vydáno v roce 1993 coby doplňkové písmo Galliardu, se Carter inspiroval třemi různými zdroji. Zaprvé to byla ručně malovaná záhlaví Andrea Mantegny, který studoval nápisy na skulpturách z období klasického Říma a byl tak jedním z prvních renesančních umělců, kteří oživili římská písma. Další inspirací bylo písmo na fasádě veřejné knihovny v Bostonu, ve kterém je užito ligatur a dalších zkratek pro vtěsnání velkého množství jmen do omezeného prostoru. Poslední inspirací byl opět Granjon. Mantinia vyrostla v plnou sadu verzálek, zvýšených kapitálek a vizuálně výjimečných variant znaků, například ligatur a propojených psacích znaků, které byly běžně užívány až do šestnáctého století, ale postupem času a se zrychlujícím se životním tempem z tiskařovy kasy nenávratně zmizely.
Studium Carterova díla a jeho pracovních postupů přivádí diváka k úvahám o tom, co to vlastně písmo je a jakým způsobem utváří typografii. Když byla Mantinia uvedena na trh, zvýšil se i zájem typografů o to, co vlastně všechno patří do písmové sady, a následoval boom v užívání dekorativních ligatur.

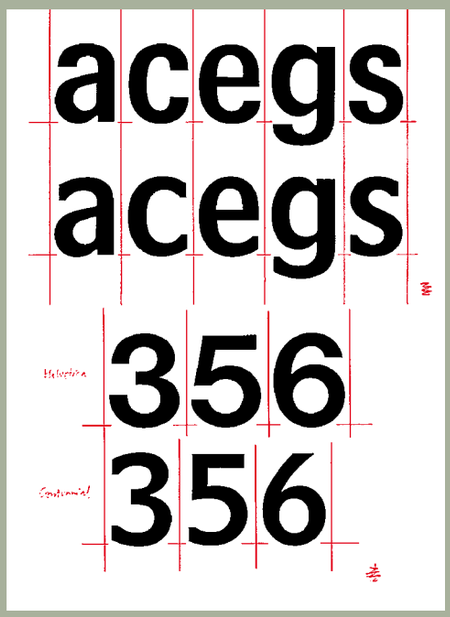
WALKER A DEVANÁGARÍ

Carter je citlivý ke vrozené schopnosti rodilých mluvčích a uživatelů národních jazyků chápat typografické struktury, rytmy a vzorce vizuálních forem vlastního jazyka. Znalosti jiných písmových systémů využívá Carter pro obohacení svých návrhů latinkových písem. Za svoji expresivní, proměnlivou a pluralitní povahu vděčí titulkové písmo Walker do značné míry otevřenému psanému písmu devanágarí, které v roce 1975 Carter ve spolupráci s Linotype navrhl primárně pro sazbu jazyka hindi, a komerčním egyptienkám z Anglie de-

Bell Centennial







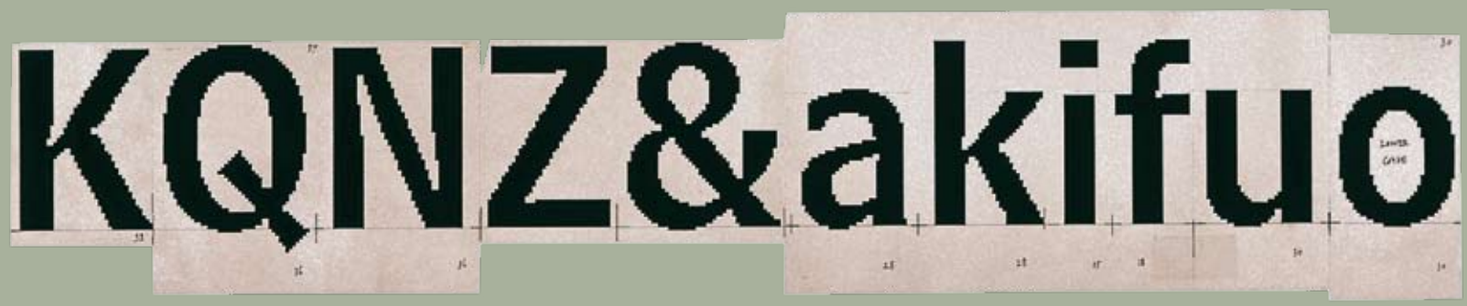
↑ **Diagrams and sketches for Bell Centennial, 1978. Top right: a contrast in legibility between the more closed forms of a Helvetica-like sans serif and the open forms adopted for Bell Centennial.**
Schémata a nákresy písma Bell Centennial, 1978. Vpravo nahoře: Patrný rozdíl v čitelnosti mezi uzavřenými formami bezpatkového písma podobného Helvetice a otevřenějšími tvary písma Bell Centennial.

discovered a way to compact electronic data, which made the issue of font size much less important. Charter survived, because its simple structure that kept curves to a minimum appealed to Carter aesthetically, after the technical need for it disappeared.
There is a pun circulating among typophiles that Carter may be the "most read man", because he has used his problem-solving acumen to design new and modify existing typefaces for a number of major news media corporations. Carter suggests "a combination of a more adventurous attitude toward design on the part of people at newspapers or magazines combined with the economics of the digital evolution, the desktop revolution has contributed to the design of journalistic typefaces becoming a very lively business with a lot of typefaces." What makes typeface design especially rewarding in contemporary society is that those who commission or utilize typefaces are willing to conceive of multiple uses for the faces. The cost of both manufacturing and purchasing a typeface has gone down dramatically, especially since type is no longer machine dependent and requires considerably less work and storage space. The personal computer and related software make it much more affordable and instantaneous for a designer to experiment with using different typefaces.
As a case in point, Carter cites Miller, based on a Scotch Roman from the 1800s, that he "thought of as a book and general-purpose face" but was first used in The Guardian and then in a special version by The Boston Globe and in the text and headlines of many other newspapers. Had Miller been designed in "Linotype days," Carter believes that "no one would have thought to use it in newspapers." Contemporary newspapers are able to take advantage of Miller because of improvements made in newspaper presses that allow for higher quality printing. Miller, Carter's best selling type, is a fourteen-member family. Its breadth and depth meant that Carter who usually works alone was aided by Tobias Frere-Jones and Cyrus Highsmith of the FontBureau (Frere-Jones has since joined Jonathan Hoefler). Highsmith values his friendship with Carter. He says that in *"working on Miller..., I learned ... how well [Carter's] typefaces are put together. The deeper I got into the character sets when I was drawing additional versions... the more I discovered how well thought out the relationships between the details were. ... Everything fit."*
"The other thing I learned from Carter is to respect the reader. Matthew doesn't just serve the reader by providing him with a readable typeface. He respects the reader. This comes from his combination of humility and the seriousness and the level of thought he puts into his craft."

↑ **Bell Centennial was an early digital typeface designed before computer programs could convert outline letterforms to bitmaps. The bitmaps had to be drawn by hand on quadrille graph paper. The red friskets are from an earlier stage of trials on the VIP, a pre-digital typesetter. The sample set shows the Bell Centennial family as used in the Montgomery County, MD phone book issued in November 2000.**
Bell Centenial je rané digitální písmo, navržené ještě dřív, než počítačové programy dokázaly konvertovat obrysy písma do bitmapového formátu. Bitmapové křivky musely být nakresleny ručně na čtverečkovaný milimetrový papír. Červená maska pochází z rané fáze testů na VIP, sazecím stroji předdigitální éry. Sada v ukázce znázorňuje užití písmové rodiny Bell Centennial v telefonním seznamu Montgomery Country z listopadu 2000.

SMITHSONIAN INSTITUTION—
Administration
1000 Jefferson Dr SW - **202 357-1300**
Information for the Deaf---**202 633-9342**
VISITOR INFORMATION AND ASSOCIATES' RECEPTION CENTER—
1000 Jefferson Dr SW **- 202 357-2700**
Information for the Deaf------- 202 633-1739
CHILDREN'S THEATER—
900 Jefrsn Dr SW ---------- 202 357-1300
Dial-A-Museum ---------- 202 357-2020
Skywatchers Report ----------202 357-2000
Informacion en espanol -------- 202 633-9126
Archives of American Art—
750 9th St NW---------- 202 357-1300
Smithsonian Environmental Research Center—
647 Contees Wharf Rd Edgwtr- 442 482-2200

SMITHSONIAN INSTITUTION—
Museums—
Open Daily 10:00 AM to 5:30 PM Closed December 25 Extended Summer Hours Determined Annually
Anacostia Museum and Center for African American History and Culture—
Offices During Renovation—
900 Jefrsn Dr SW ---------- 202 357-1300
Arts & Industries—
900 Jefrsn Dr SW ---------- 202 357-1300
Museum Store ---------- 202 357-1367
Cooper-Hewitt National Design Museum
NY NY ---------- 212 849-8300
Museum Store ---------- 212 849-8355
Freer Gallery of Art—
12th & Jefrsn Dr SW ----------202 357-1300
Museum Store ---------- 202 357-1429
Hirshorn Museum & Sculpture Garden
Indep Av at 7th St SW --------202 357-1300
Museum Store ---------- 202 357-1429



vatenáctého století. Písmo Walker si objednala v roce 1995 galerie Walker Art Center v Minneapolisu v Minnesotě, aby demonstrovala svůj respekt ke kulturní diverzitě, internacionalismu a experimentálnímu umění. Ve své prazákladní formě je Walker titulkový grotesk. Komplexní podoba písma spočívá v možnosti výběru z pěti různých „přídavných" serifů, které uživateli umožní přizpůsobit písmo momentálnímu záměru. Tyto pružné serify jsou převzaty z existujících písem s vlastní historií. Tak jsou pro uživatele příjemně známé, ačkoliv zároveň poskytují písmu značnou flexibilitu. Mohou být po libosti přidávány či mazány, a stejně tak může být odstraněno základní písmeno, zanechávajíc za sebou serif samotný. Jemnou tkaninu tohoto písma dále obohacuje možnost přidat horizontální linku v šířce řádku, na které mohou být písmena zavěšena či postavena. Na první pohled slouží linky čistě dekorativním účelům. Ve výsledku ale napomáhají uspořádání textu tím, že čtenáři poskytují vodítko, které může následovat.
Devanágarí, písmo určené pro sazbu hindi, obsahuje jak závislé, tak nezávislé samohlásky. Pozice závislých samohláskových forem se mění souhlásku od souhlásky podle toho, jaký zvuk kombinace znaků reprezentuje. Tak se může závislá samohláska objevit nad znakem či pod znakem pro souhlásku, případně po jeho straně. Při návrhu tohoto písma využil Carter VIP systému Linotype a vyvinul metodu, jak tyto závislé samohlásky umístit pomocí příkazů na klávesnici. Carter říká, že devanágarí ovlivnilo písmo Walker zejména při řešení problému, jak technicky vytvořit přídavný serif – znak o nulové šířce s vlastní pozicí na klávesnici. Carter odstranil znak pro číslici a další méně frekventované znaky a nahradil je serify vázanými ke kombinacím klávesových zkratek.

VERDANA A MICROSOFT

Verdana je popisována jako záměrně obyčejné písmo, jehož všední charakter má podpořit všeobecné rozšíření i dlouhou životnost. Microsoft oslovil Cartera, aby navrhl písmo, které bude dobře čitelné na obrazovce, a zároveň bude uživatelům signalizovat, že mají nejnovější software.
Carter doufá, že Verdana, která stanovila normu čitelnosti obrazovkových písem, se udrží i poté, až se nové monitory s vysokým rozlišením stanou dostupnějšími a umožní tak i rozšíření standardních, dobře známých písem. Ostatně Microsoft umožnil svým písmům nebývalé rozšíření díky programu na podporu multilingvální typografie. Tím Verdaně umožňuje proniknout do různých typografických prostředí společně s dalšími písmy, která byla navržena pro užití na obrazovce: Georgia, tzv. skotská antikva, Tahoma, zúžená verze Verdany, užívaná v situacích, kde je nutné umístit více informací do omezeného prostoru (například do dialogového okna či menu), a Nina, obzvláště úsporný grotesk pro situace, kdy je nutné umístit množství informací do ještě menšího prostoru – například u malých přenosných zařízení.
Verze tiskové Verdany vznikla až později. Carter se pokusil dát Verdaně atraktivitu a kvalitu, která by ji učinila použitelnou i pro čtení mimo obrazovku. Doufá, že Verdana přežije, když se s ní uživatelé lépe seznámí a přijmou ji, aniž by ji bezprostředně dávali do souvislosti s nízkým rozlišením obrazovky či se čtením na monitoru. Tato naděje se možná splní, a Verdana i Georgia se mohou stát novou Helvetikou a Timesem.

CRT GOTHIC

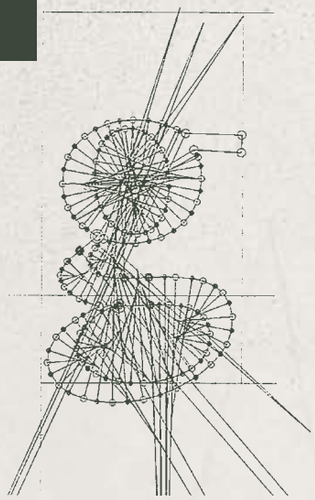
Výzva navrhnout písmo tak, aby kompenzovalo nedostatky dosud rozvíjené technologie, provázela Cartera celou profesionální kariérou. Neomezuje se jen na jeho spolupráci s AT&T a s Microsoftem. Carter se s tímto náročným úkolem – navrhnout písmo, díky kte-

Galliard Roman 24

ITC Galliard

@

ABCDEFGHJI
KLMNOPQRS
TUVWXYZŒ&
Æ$1234567890



Galliard Roman 24

Revised March 76
Oct 77

← **Galliard, 1987. Drawing of the lowercase ‘a’ on drafting film. The lowercase ‘g’ was digitized at Bitstream in an outline format consisting of straight lines and circle-arcs, whose radii have been plotted here.** Galliard, 1987. Nákres minuskového „a“ na rýsovacím papíře. Obrysy minuskového „g“ byly digitalizovány v Bitstreamu pomocí přímek a částí kružnic tak, jak jsou zde narýsovány.

rému by funkčnost určité technologie vypadala lepší než ve skutečnosti – setkal už v raných dobách digitální typografie, když nakreslil CRT Gothic, grotesk vydaný pod názvem Video jako součást knihovny digitálních písem Linotype. Ten nebyl nikdy komerčně úspěšný, protože příliš připomínal Helveticu a Futuru, které už tehdy dominovaly trhu. CRT Gothic umožňoval, aby byla z jediného skleněného negativu zhotovena sazba jak základního, tak kurzivního řezu, a umožňoval i zúžení či rozšíření znaků, aniž by musel být změněn font. Sazba v písmu CRT Gothic se dala upravovat podobně, jako lze modifikovat televizní obraz pomocí úpravy rastrů.

PÍSMO A TECHNOLOGIE

Carter dokázal, že písmo může být zcela oficiálně použito k vylepšení estetiky i výkonu určité technologie. Navrhování písem pro konkrétní technologie má ale jednu klíčovou nevýhodu, ač je jinak Carter vnímá jako pozitivní studijní zkušenost. **„Když navrhujete písma pro konkrétní technologie, pohybujete se tak trochu na tenkém ledě.“** V polovině práce na písmu Charter, jehož hranaté serify a strnulé křivky byly velmi nenáročné na paměť počítače, objevil Bitststream způsob, jak komprimovat elektronická data, a tím pádem otázka velikosti souboru s písmem ztratila na důležitosti. Charter přežil díky tomu, že jeho jednoduchá stavba omezující zakřivení na minimum Carterovi vyhovovala z estetického hlediska i poté, co jeho technické opodstatnění zaniklo.

Mezi typofily koluje slovní hříčka, že Carter by mohl být „nejčtenějším typografem“. To proto, že svůj pronikavý způsob řešení technických problémů využil pro návrh či redesign mnoha písem na objednávku hlavních mediálních korporací.

Carter podotýká, že **„kombinací odvážnějšího přístupu k designu na straně vydavatelů deníků, vzrůstající ekonomičnosti digitální evoluce a rozšíření programů pro DTP vzniklo prostředí, které přeje živému rozvoji obchodu s nejrůznějšími novinovými písmy“.** V dnešní společnosti je typografie neobyčejně vděčným řemeslem, protože ti, kteří písmo objednávají či užívají, jsou otevření různým způsobům jeho využití. Navíc se dramaticky snížily výrobní i pořizovací náklady písma, zejména od té doby, kdy výroba písma není závislá na speciálních strojích a vyžaduje podstatně méně práce i úložného prostoru. Osobní počítač a i specializovaný grafický software jsou dnes pro designéry běžně dostupné a umožňují jim experimentovat s různými písmy.

Carter to ukazuje na písmu Miller, odvozeném od skotské antikvy z přelomu sedmnáctého a osmnáctého století. Uvažoval o něm jako o „knižním, univerzálním písmu“, nakonec však bylo poprvé použito v deníku The Guardian a později v modifikované podobě v deníku The Boston Globe i v mnoha jiných novinách coby textové i titulkové písmo. Carter je přesvědčen, že kdyby bylo bývalo toto písmo vzniklo v éře Linotype, nikoho by nenapadlo jej užít jako novinové písmo. Současné deníky mohou využívat výhod písma Miller díky zlepšení tiskařských strojů, které umožňují tisk novin v mnohem vyšší kvalitě. Miller, tvořící rodinu čtrnácti řezů, je Carterovo nejprodávanější písmo. Jeho široký záběr si vyžádal, aby Carter, který obvykle pracuje sám, přizval ke spolupráci Tobiase Frere-Jonese a Cyruse Highsmitha z FontBureau (k Fere-Jonesovi se později přidal ještě Jonathan Hoefler).

IONIC NUMBER 1 A YALE

Carter si udržuje svěží mysl a nadále čelí problémům, které ho nutí ke zkoumání historických písem a jejich možného využití pro moderní typografii. Navíc pragmaticky usuzuje, že písmolijna musí nabízet širokou škálu nejrůznějších písem. Když srovnává svá písma pro specifické technologie (Verdana) s individuálními experimenty (Big Figgins, Sophia, Big Caslon), podotýká: **„Čas od času je příjemné se trochu odvázat...“** Carter míní, že estetická hodnota písma přesahuje od rytmu, který spočívá v jeho tazích, až k působení celé strany. Aby bylo možné dosáhnout této celkové harmonie, typograf se musí nejen zabývat tvary samotného znaku, ale musí stejně tak brát v úvahu prázdný prostor, který jej obklopuje.

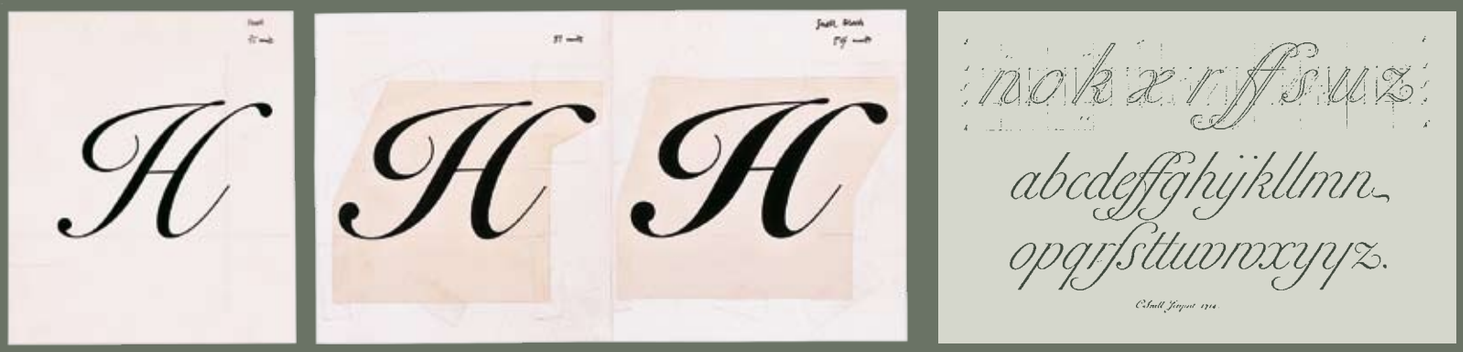
Ionic Number 1 je přímo odvozen od anglických egyptienek, které mají výrazné, silné patky. V kovové sazbě vytváří tyto široké patky podivné bílé mezery mezi písmeny a slovy. Carter si uvědomil, že ačkoliv nelze změnit estetický vzhled písmen samotných, přesto je možné využít výhod digitální sazby, konkrétně kerningu, který oproti pevné kovové sazbě umožňuje dynamicky pracovat s prostorem okolo písmen. Carter správně usoudil, že kerningové tabulky lze upravit tak, aby byla písmena pravidelně uspořádána, a zlepšil tak celkový vzhled řádků vysázených tímto písmem. Kerningových párů v Ionicu Number 1 je podle Cartera „zatraceně hodně“.

John Gambell z vydavatelství Yale University objednal u Cartera design písma Yale Street pro užití v nápisech. Současně měl Gambell zájem o design písmové rodiny, která by byla základem komplexní vizuální identity celé univerzity. Jediné původní písmo se tak rozrostlo v rodinu, která pomohla znovu sjednotit osobitý grafický styl všech publikací univerzity. Pro Cartera písmo znamenalo příležitost opět prokázat svoji virtuozní schopnost reagovat na potřeby uživatelů, na daný způsob čtení i na omezení daná procesem výroby. Výsledná rodina je vhodná pro nápisy, tisk i web; Carter mohl při jejím vývoji uplatnit celou škálu svých předchozích zkušeností. Yale vychází z písem Aldine z patnáctého století, která mají i jiné slavné potomky v rodině textových písem, například Bembo či Garamond. Navíc je Yale prostoupen i silou Galliardu.

Yale Street je základním členem celé rodiny a slouží pro všechny verzálkové nápisy, sjednocující jinak architektonicky různorodý areál univerzity. Street není prvním písmem, které Carter navrhl pro pouliční nápisy. Počátkem šedesátých let Carter nakreslil řeckou abecedu pro Davida Collinse jako součást jeho zakázky na zpracování nápisů pro Cyprus Airways. Koncem šedesátých let pak vytvořil pro londýnské letiště Heathrow písmo se sadou verzálek i minusek, které se vyznačovalo zejména značnou minuskovou výškou. Ani jedno písmo se nedočkalo tiskových matric, text byl poskládán z fotostatických kopií.

Snell Roundhand

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789&abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
•≠¶∂μ¬‰◊~<>#℘÷«'(*»)~!?$%£ƒßƒμ¢§‹›·,;:© ’"‹›^~–…„‘“«”„



Snell Roundhand, 1966. The two bolder weights were added in 1972. On the right is a page from a handwriting manual by Charles Snell (1667–1733), the English writing-master whose disciplined hand was the model for this typeface.
Snell Roundhand, 1966. Dva tučné řezy byly doplněny v roce 1972. Vpravo je ukázka stránky z kaligrafického manuálu Charlese Snella (1966–1733), anglického písmomalíře, jehož úhledná písma se stala vzorem pro tento Carterův font.

Ionic Number 1 and Yale

Intellectually agile, Carter sets problems for himself where he challenges himself to explore historical form and how it might be used to make contemporary typography. It is also pragmatic for a type foundry to offer a broad range of types. “It’s nice,” says Carter comparing his problem-solving faces such as Verdana to his more personal explorations like Big Figgins, Sophia, and Big Caslon, “to kick over the traces once in a while.”

Carter understands that the aesthetics of a typeface extend past the rhythm created by its strokes to the rhythm it creates on the page. In order to achieve this rhythm, the type designer must be concerned with the white space that surrounds each letter as much as he is with the form of the letter itself.

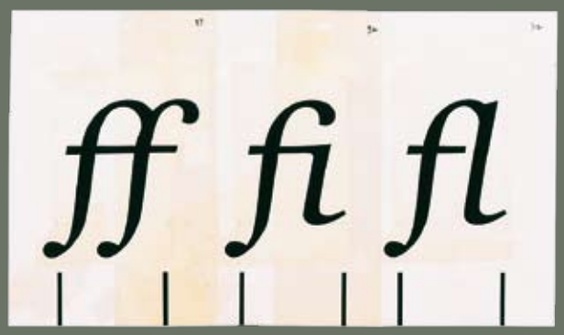
Ionic Number 1 is directly based on 19th century Ionic typefaces, also known as Clarendons, that have very long, prominent serifs. Set in metal, the serif length creates very awkward white spaces between letters and words. Carter recognized that while the aesthetics of the actual letterforms could not be improved, he could take advantage of digital typography with its kerning tables, mathematical tables that control the amount of white space on either side of a letter to perfect the limitations of metal. Carter correctly assumed that kerning tables refined a number of letter combinations by allowing the letterforms to fit next to each other in an even cadence, improving the overall appearance. Carter doesn’t know how many kerning tables exist “...in that Ionic face but there are a hell of a lot”.

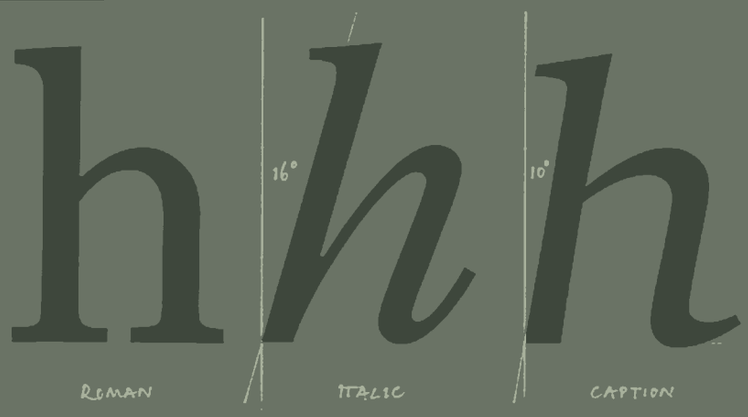
John Gambell, Yale University Printer, commissioned Carter to design Yale Street, a typeface intended for use in signage. At the same time, Gambell was interested in developing a type family that could help build a university-wide comprehensive visual identity. This singular type blossomed into a family that helps reconcile Yale’s graphic personalities and encouraged Carter to demonstrate his virtuosity in creatively responding to user needs, reading conditions, and production limitations found in the environments of signage, desktop publishing, fine printing, and web design. This family works across a variety of mediums and in doing so permits Carter to consolidate a variety of his past experiences. Yale draws its inspiration from 15th century Aldine types that have influenced other readily familiar text faces that are descendant of the Aldine, such as Bembo and Garamond. It is infused with the strength of Galliard.

Intended for use with all-cap messages, Yale Street, the family originator, was made for use on signs that serve to give unity to an architecturally diverse campus. Street is not the first face that Carter has designed for signage. In the early 1960’s, Carter drew a Greek typeface that was part of David Collins’ signage work for Cyprus Airways. In the late 1960s, Carter designed a typeface that used both upper and lowercase with a tall x-height for use in signage for Heathrow. Both typefaces were never manufactured for typesetting; text was pasted-up from Photostats.

Yale Administrative is intended for a general use audience consisting of faculty, administration and student body that produces communications that are primarily informational and circulated internally. It was designed so that text can be formatted simultaneously for both print and web ensuring accuracy, compatibility and visual consistency. Yale Design was designed to support design staff and consultants in their effort to promote the university to a broad range of external audiences. Its primary use is to make typography after a text is written for publications that have institutional and promotional significance outside the university. Two versions of small caps: Yale Small Cap and Yale Web Small Cap support this family. Carter designed both sets to be slightly taller than traditional small caps, so that text set in them, such as acronyms and

National Geographic Caption





↑ **National Geographic Caption, 1979. A face commissioned by the magazine to harmonize with—but be distinct from—the Roman and Italic used for text. It solved a problem in hierarchy created by readers who reviewed the photographs and read captions before beginning a story.**
National Geographic Caption, 1979. Písmo na objednávku známého časopisu mělo ladit se základní i kurzivní latinkou používanou v textu, zároveň se od ní však mělo jasně odlišovat. Vyřešilo tak hierarchický problém, který vznikl tím, že někteří čtenáři si prohlížejí fotografie včetně popisků dříve, než se pustí do hlavního textu.

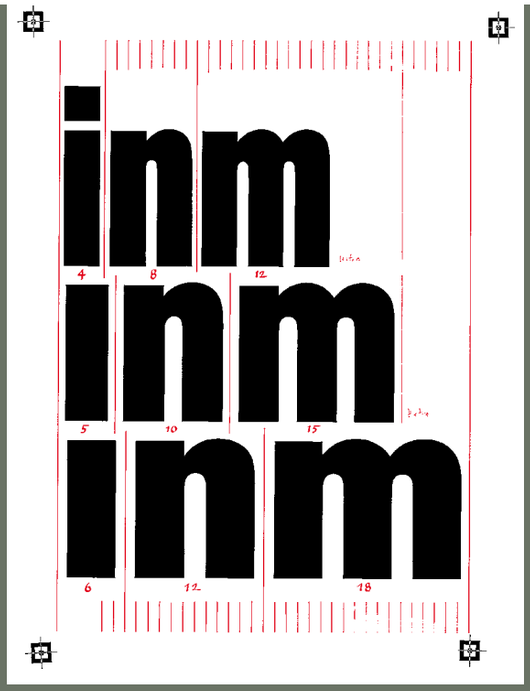
Písmo Yale Administrative je určeno k všestrannému užití správou univerzity, jejími pedagogy i studenty. Patří zejména na listiny informativního charakteru, určené k oběhu v rámci univerzity. Bylo navrženo tak, aby mohl být text použit zároveň jak v tištěné, tak v elektronické podobě, a mělo být zejména přesné, kompatibilní s jinými písmy a vizuálně jednotné. Yale Design je primárně určen pro grafické designéry a poradce zodpovědné za veřejnou prezentaci univerzity. Má se jím typograficky zpracovat text publikací reprezentativního a oficiálního charakteru. Toto písmo je navíc rozšířeno ještě o dva řezy kapitálek – Yale Small Cap a Yale Web Small Cap. Obě sady jsou nepatrně vyšší, než je u kapitálek zvykem, aby bylo možné je na první pohled odlišit od minusek, zejména v titulech a zkratkách, v akademickém prostředí často užívaných.

NAPŘÍČ TECHNOLOGIEMI

Když byl dlouholetý Carterův přítel James Mosley dotázán na názor ohledně jeho díla, přirovnal ho k Morrisu Fuller Bentonovi, plodnému internímu typografovi písmolijny American Typefounders, který se proslavil svými inovacemi a užitím technologií: **„(...) na mě [u Cartera] nejvíce působí občasné uměřené využití historických zdrojů. To je vcelku paradoxní, protože mám dojem, že když se typografové pokusí přetvořit historické vzory, jež obdivují, většinou nadělají tolik škody, že si nakonec přejí, aby to bývali ani nezkoušeli. Matthew je jednou ze šťastných výjimek. Není sám o sobě jedinečný. To, jak s klasiky pracuje, by se dalo přirovnat k tomu nejlepšímu, co dokázal Morris Fuller Benton v ATF (ačkoliv Benton měl tendenci klasiky zbavit života, zatímco Matthew jim naopak život znovu vrací).“**
Carter je mistrem formy, je senzitivním estétem a hlubokým znalcem typografie včetně nelatinkové. Jeho písma jsou dokladem komplexního, elegantního a funkčního tvůrčího procesu, který odráží víru v umění a řemesla, jak ji zastávali jeho rodiče Harry a Ella, oba rovněž výjimeční designéři. Harry měl formálně právnické vzdělání, ale byl zejména historikem typografie, aktivním typografem, písařem a lingvistou. Carterova matka Ella pracovala před sňatkem v designérském studiu Henryho Hopea, které se specializovalo na výrobu kovových okenních rámů, její otec zde byl vedoucím inženýrem. Carter vzpomíná na to, jak jeho matka ve válečné Anglii vyřezala z linolea deseticentimetrová písmena, aby se mohl naučit abecedu. Carter byl jako chlapec veden k tomu, že tvorba designu je proces, který vyžaduje aktivní účast. Nejde jen o vytvoření plánu – jde o plán a zároveň i o proces jeho realizace. Tyto dvě součásti celého procesu jsou neoddělitelně spjaty. Z tohoto důvodu Carter jen zřídka svěří realizaci svých návrhů jiným. Učení mu přináší potěšení. Má požitek z výroby všech znaků, které jsou v písmové sadě potřeba, i těch méně frekventovaných, a vychutnává si to, že jeho práce poté slouží širokému spektru uživatelů.
Vždy úsporný Carter bere informace, které má k dispozici, a přetváří je v poznání. Poučení, kterého se mu dostává během tohoto vzdělávacího procesu, dále obohacuje jeho písma, a tím ho staví do popředí před všechny typografické rádce a vzory. Pouze minimum nápadů zůstane bez využití. To je vidět na příkladu, jak Carter přetvořil původní koncept písma Cadmus Greek, které jeho řečtí uživatelé kritizovali jako příliš archaické, protože bylo založené na předpísmových tvarech. Vzniklo z něj písmo Skia, zčásti postavené právě na tom, co se Carter naučil při navrhování písma Cadmus Greek.
Carter navrhl písma pro horkou sazbu, fotosazbu i DTP. Jeho dílo je vtělením znalostí, které přesahují rámec jednotlivých historických období a které jsou použity v prvé řadě k tomu, aby byla naplněna zcela lidská potřeba čitelnosti a jasné adresnosti písma. Carter si je plně vědom toho, že výsledný tvar písmen nesmí záležet jen na nárocích kladených užitou technologií. Úspěch či selhání písma z valné části záleží na tom, zda je písmo pro většinu svých uživatelů přirozeným nástrojem, a musí úspěšně naplnit kulturní, technické i estetické nároky, které jsou na něj kladeny. Existují i výjimky, jako například Bell Centennial, ale přesto si Carter neochvějně stojí na svém: **„Kdybyste poskládali dohromady všechny aspekty tvorby písma a ohodnotili celek deseti body, samotná technika bude mít tak jeden dva body. Jinými slovy, z osmdesáti procent je proces navrhování písma stejný, ať se jedná o rytinu do kovu, kresbu na fólii nebo o to, že sedíte před počítačem a navrhujete písmo digitálně.“**
Carterův pohled na celou problematiku napovídá, že tradiční striktní dělení typografie na éru kovové sazby, fotosazby a digitalizace je pouze otázkou konvence. Jeho písma prozrazují, že kreativitě i funkčnosti nejlépe poslouží, budeme-li aplikovat znalosti získané z tradičních technologií na nové postupy, budeme-li předvídat budoucí vývoj, a v prvé řadě nade vše respektovat potřeby čtenáře.
Před padesáti lety si mladý muž vzal před univerzitním studiem rok volna. Ten jediný rok se proměnil v celý životní běh plný sebevzdělávání a tvůrčí práce, která hluboce obohatila a formovala podobu typografie všech světových jazyků, umožňujíc tak jejich uživatelům lépe komunikovat. Jsme za to vděční.

✖ **[překlad: Olga Neumanová]**

Helvetica Compressed



↑ **Helvetica Compressed, 1966. The diagram on the right shows how the 18-unit spacing system of Mergenthaler's Linofilm phototypesetter determined the proportions of this three-part series.**
Helvetica Compressed, 1966. Nákres vpravo znázorňuje, jak osmnáctibodový proklad sazecího stroje Linofilm Mergenthaler předurčuje proporce této třídílné písmové sady.

academic degrees which are frequently used in academia, are easily distinguished from the lowercase. Carter has designed a type family that because it is at ease on a facade, screen or page — in two, three or virtual dimensions — assists in creating an identity for an academic institution.

Journey across technologies

When asked how he views Matthew Carter's work, James Mosley, who has a long friendship with Carter, compared him to Morris Fuller Benton (1872–1948), the prolific American Type Founder (ATF) designer known for his typographic innovations and use of technology and who, like Carter, was born into a household in which type and typography was part of its everday language. He says:

"... what appeals to me is—to some extent—the occasional use of historical sources. But that is rather paradoxical, because mostly I feel that designers who attempt to rework historical models that I admire do so much damage to them in the process that I just wish they would not try. Matthew is one of the happy exceptions. He is not unique. What he does to the classics might be compared with what was achieved at his best by Morris Fuller Benton at ATF (though Benton tended to squeeze the life out of some classics, and Matthew mostly puts it back in)."

Mosley continued,

"It is not that Carter is at all modest or hesitant in his approach. He gets away with some things that leave me astounded, like his creation of Mantinia—a fantastic but convincingly integrated design—by blending elements of the letters of an Italian fifteenth century painter with those of a French sixteenth century punchcutter."

Carter's mastery of form, his wide-ranging aesthetic sensibilities, his wide knowledge of typography—including non-Latin typography—and ultimately his typefaces exemplify a complex, elegant, and functional design process that reflects the Arts and Crafts belief held by his parents, Harry and Ella, both designers in their own rights. Harry, formally educated as a lawyer, was a type historian, type designer, typographer, and linguist. Ella, prior to marrying, worked in the design studio of Henry Hope, an innovative manufacturer of metal window frames. Her father was Hope's chief engineer. Carter relates how his mother, in war-time England, cut three inch high caps out of linoleum so that he could actively learn his ABCs. Carter the boy was taught that designing is an act that requires direct participation. It is not the singular act of planning; it is an act of planning and making. They are very much the same thing. It is for this reason that Carter the type designer rarely hands off his ideas to be completed by others. He enjoys the learning process. He delights in making all of the characters necessary to set type, including those infrequently used, relishing that his work is in service to a wide range of users. Never wasteful, Carter takes the information at his disposal and turns it into knowledge. The lessons learned as he acquires this knowledge inform the type he designs, and, ultimately, puts him in the forefront of typographic mentors and exemplars. Few ideas are ever wasted as typified by how Carter transformed the idea behind Cadmus Greek, criticized by the Greek audience for which it was intended as "too archaic" because it was based on pre-typographic forms, into Skia, a Latin typeface based in part on the lessons he had learned in designing Cadmus Greek. As a designer who has made letters that function within the realms of metal, photocomposition, and digital, Carter bridges a knowledge of technology that extends past historical divisions ensuring that the very real human needs for readability, legibility and expression are met. Carter is very conscious that technological considerations alone cannot drive the shapes of letters. The success or failure of a typeface is greatly determined by how easily it works as a tool for the majority of users as it successfully responds to cultural, technical and aesthetic needs. While there are exceptions such as Bell Centennial, Carter adamantly states,

"If you took everything that went into type design and you add that up and gave it a score of ten, the part that's purely technical scores a one or two. In other words, "80% of type design is the same whether you're cutting in steel, drawing on film, or sitting in front of a computer digitizing."

Carter's understanding of technology indicates that the separateness usually accorded to metal, photocomposition, and digital typography is artificial. Carter's typefaces reveal that creativity and functionality are best served by integrating lessons learned from past technologies into present technologies and by anticipating future needs, while respecting the needs of the reader above all else.

Fifty years ago, a young man took a year off before entering university. That year turned into a continuing lifetime of scholarship and design that has deeply enriched and shaped the typographic form of the world's languages, enhancing the ability of its people to communicate. We are grateful. ✖

TYPEFACES DESIGNED BY MATTHEW CARTER, 1963–2005

This list names in chronological order all of the typefaces for which Matthew Carter is responsible from 1963 through October 2005. Several typefaces attributed to Carter are not included because Carter does not consider himself responsible for their design: Linotype Cochin, Linotype Auriol, Optima Greek and Optima Classified. Linotype Cochin and Linotype Auriol are revivals. Optima Greek follows sketches made by Hermann Zapf. Optima Classified is based on Optima Medium. John Quaranta designed ITC New Baskerville.
A Raschi Hebrew designed for Linotype and a Hangul commissioned by the South Korean government are omitted because Carter has no record of these designs or their exact dates although they were done in the 1970s.
Three typefaces commissioned by Colin Forbes are not included because they were not manufactured for typesetting. These typefaces include one for use as part of the London Airport signage system and two made for Pentagram as part of the Lucas and Nissan corporate identities. Likewise, a Greek drawn as part of David Collin's work for Cyprus Airways in the 1960s is not included. For all four typefaces, artwork was pasted-up from photostats.

1963

Southwark Small Ad. Crosfield Electronics' Photon 540. For classified advertisements in New Scientist.
Colophon Greek. Crosfield Electronics Photon 540. An inclined Bodoni-like Greek for mathematics.

1965

Auriga™. Crosfield Electronics' Photon 540. Completed for Mergenthaler Linotype in 1970.
Cascade Script™. Mergenthaler Linotype's Linofilm

1966

Snell Roundhand Script™ [Bold & Black were added in 1972]. Mergenthaler Linotype's Linofilm.
Helvetica Compressed™ [Extra Compressed, Ultra Compressed]. Designed with Hans-Jurg Hunziker. Mergenthaler Linotype's Linofilm.

1970

Olympian™ Roman & Italic [Bold, Bold Italic]. Mergenthaler Linotype. A newspaper text face released simultaneously as Linotype matrices and Linofilm fonts.
Gando Ronde™. Designed with Hans-Jurg Hunziker. Mergenthaler Linotype's Linofilm.
Unnamed Signage face. Commissioned by Colin Forbes for use in the London Airport signage system designed by Crosby/Fletcher/Forbes. Not manufactured for typesetting, artwork was pasted- up from Photostats.

1971

Helvetica™ Greek [Inclined, Bold, Bold Inclined. Also Greek versions of **Century Schoolbook** (1976), **Baskerville** (1979 with Tim Holloway) and **ITC Souvenir** (1981)]. Mergenthaler Linotype's VIP.

1972

Shelley Script™ Andante, Allegro and Volante. Three different sets of capitals with a common lowercase. Mergenthaler Linotype's VIP.

1974

Cadmus Greek. Mergenthaler Linotype's VIP.

1975

Devanagari Light [Bold]. Linotype Hell.

1977

Video™. Sanserif family, a revision of [CRT Gothic (1969)]. Mergenthaler Linotype's VIP.

1978

Galliard Roman & Italic [Bold, Bold Italic, Black Italic, Ultra, Ultra Italic]. Mergenthaler Linotype's VIP. Acquired by ITC and released as ITC Galliard® in 1981.
Bell Centennial Address, Sub-Caption, Name & Number, Bold Listing. Commissioned by AT&T for the U.S. telephone directories. Mergenthaler Linotype's Linotron 606.

1979

National Geographic Caption & Bold. Commissioned by National Geographic magazine. Mergenthaler Linotype's Linotron 606.
Victoria & Albert Titling. Commissioned by Derek Birdsall for a series of museum guides. The Greek capitals were added later.

1982

Pegasus Roman, Italic & Bold. A version of Berthold Wolpe's Pegasus of 1937, made under Wolpe's supervision. Linotype. The Bold Small Caps were commissioned by the Oxford University Press in 1997.

1987

Bitstream Charter & Italic [Bold, Bold Italic, Black, Black Italic]. Bitstream's FontWare. Acquired by ITC and released as ITC Charter® in 1993.

1992

Elephant Roman & Italic. Microsoft's TrueType Fontpack 2. Renamed **Big Figgins** for general release in 1998. See also Big Figgins Open. Carter & Cone Type, 1998.

1993

Mantinia®. Carter & Cone Type Inc.
Sophia®. Carter & Cone Type Inc.
Benton Bold Condensed. A display sanserif derived from Franklin Gothic. Commissioned by Time.

1994

Big Caslon [Expert, Alternatives]. Carter & Cone Type Inc.
Skia. A TrueType GX family [with extensive width and weight axes]. Commissioned by Apple Computer.
[Interchange]. Set of nine screen fonts for AT&T Interchange.

1995

Walker & Italic [Over, Under, Both, Over Italic, Under Italic, Both Italic]. The font contains five different forms of "snap-on" serif that can be attached to letters (or not) by the user. Commissioned by the Walker Art Center, Minneapolis, Minnesota.
Wiredbaum Roman & Italic. A text version of Walbaum commissioned by Wired magazine.
Alisal® Roman, Italic & Bold. Carter & Cone Type Inc. and Agfa Creative Alliance.
Tahoma [Bold, Greek, Greek Bold, Cyrillic, Cyrillic Bold]. Screen fonts commissioned by Microsoft.
Wilson Greek & Greek Ligatures. Carter & Cone Type Inc. Made in GreekKeys and Polytonic layouts.

1996

Sammy Roman. Roman type to accompany kanji and katakata. Commissioned by DynaLab, Taiwan.
Flamande & Flamande Archaic. Carter & Cone Type Inc.
Verdana & Verdana Italic [Bold & Bold Italic]. Screen fonts commissioned by Microsot.
Verdana Greek [Inclined, Bold, Bold Inclined].
Verdana Cyrillic [Inclined, Bold, Bold Inclined].
Monogram Leafy. One of a set of monogram faces commissioned by William Arthur, stationers. 48-pt.
Georgia Roman & Italic [Bold, Bold Italic]. Screen fonts commissioned by Microsoft.

1997

Georgia Greek Inclined, Bold, Bold Inclined].
Georgia Cyrillic [Inclined, Bold, Bold Inclined].
Postoni Light, Light Italic, Bold & Bold Italic. A Bodoni variant for newspaper headlines. Commissioned by The Washington Post.
Miller Display Roman & Italic [Text Roman & Italic, Bold Roman & Italic. Light and Semi-bold weights and other variations have been produced with the help of Tobias Frere-Jones and Cyrus Highsmith of The Font Bureau]. Carter & Cone Type Inc. and The Font Bureau, Inc.

1998

Big Figgins Open. Carter & Cone Type Inc. See also Elephant, 1992.
Newsbaum Roman & Italic. A version of Walbaum for newspaper subheads. Commissioned by the New York Daily News.
Foreman Light [Deck, Bold]. A newspaper headline and subhead family derived from Century. Commissioned by The Philadelphia Inquirer.
Fenway & Fenway Italic. Text face commissioned by Sports Illustrated magazine.
Wrigley & Wrigley Italic [Bold, Bold Italic]. Display face for headlines and section heads. Commissioned by Sports Illustrated magazine. Additional weights were added in 1999.
Manutius Latin [Latin Italic]. A bibliographical type containing obsolete Latin ligatures and abbreviations found in the printing of Aldus Manutius. Commissioned by UCLA as a supplement to Miller.
DeFace. A self-vandalizing typeface commissioned for Fuse 18, on the theme of "secrets." Fuse 18 was published in February 2001.

1999

Vincent Text & Italic [Middle, Headline, Banner]. Carter & Cone Type Inc. Introduced in Newsweek.
Le Bé Hebrew. Commissioned by Barry Moser for the Pennyroyal Caxton Bible.
Ionic Number One. Carter & Cone Type Inc.
Miller® News Roman, Italic, Bold, Bold Italic. A newspaper text version of the Miller design. Introduced by The Guardian in London, England.
Durham [Text, Headline, Display]. A series of condensed sanserifs commissioned in 1996 by U.S. News & World Report and revised in 1999.
Nina & Nina Italic [Bold & Bold Italic]. A condensed version of Tahoma. Screen fonts commissioned by Microsoft.
Wrigley Light, Condensed, Expanded. Additions to the Wrigley family. Commissioned by Sports Illustrated magazine.

2000

Miller® Globe Head Condensed Medium Roman. One of several newspaper headline versions of Miller introduced by The Boston Globe.
Milne Roman & Italic [Bold]. Revised version of Olympian. Commissioned by The Philadelphia Inquirer.
Rochelle Italic. Carter & Cone Type Inc.

2001

Madrid Light, Medium Condensed, Medium Italic, Bold Condensed. Commissioned by the Spanish newspaper El País.

2003

NY Cheltenham. Fifteen versions of Cheltenham designed for headlines in The New York Times. Commissioned by The New York Times.
Monticello Roman, Italic & Small Caps. Digital version of the Linotype face of 1949, commissioned by Princeton University Press for The Papers of Thomas Jefferson.

2004

Yale. [Street, Administration Roman & Italic, Design Roman & Italic, Small Caps, Web Small Caps]. Commissioned by Yale University.
MoMA Gothic. Two versions of Franklin Gothic commissioned by the Museum of Modern Art, New York, for signs in their new building and for print.
Meiryo Romaji, Greek and Cyrillic. Designed as part of the Microsoft ClearType Meiryo project lead by Eiichi Kono for multi-lingual composition. Screen fonts commissioned by Microsoft.

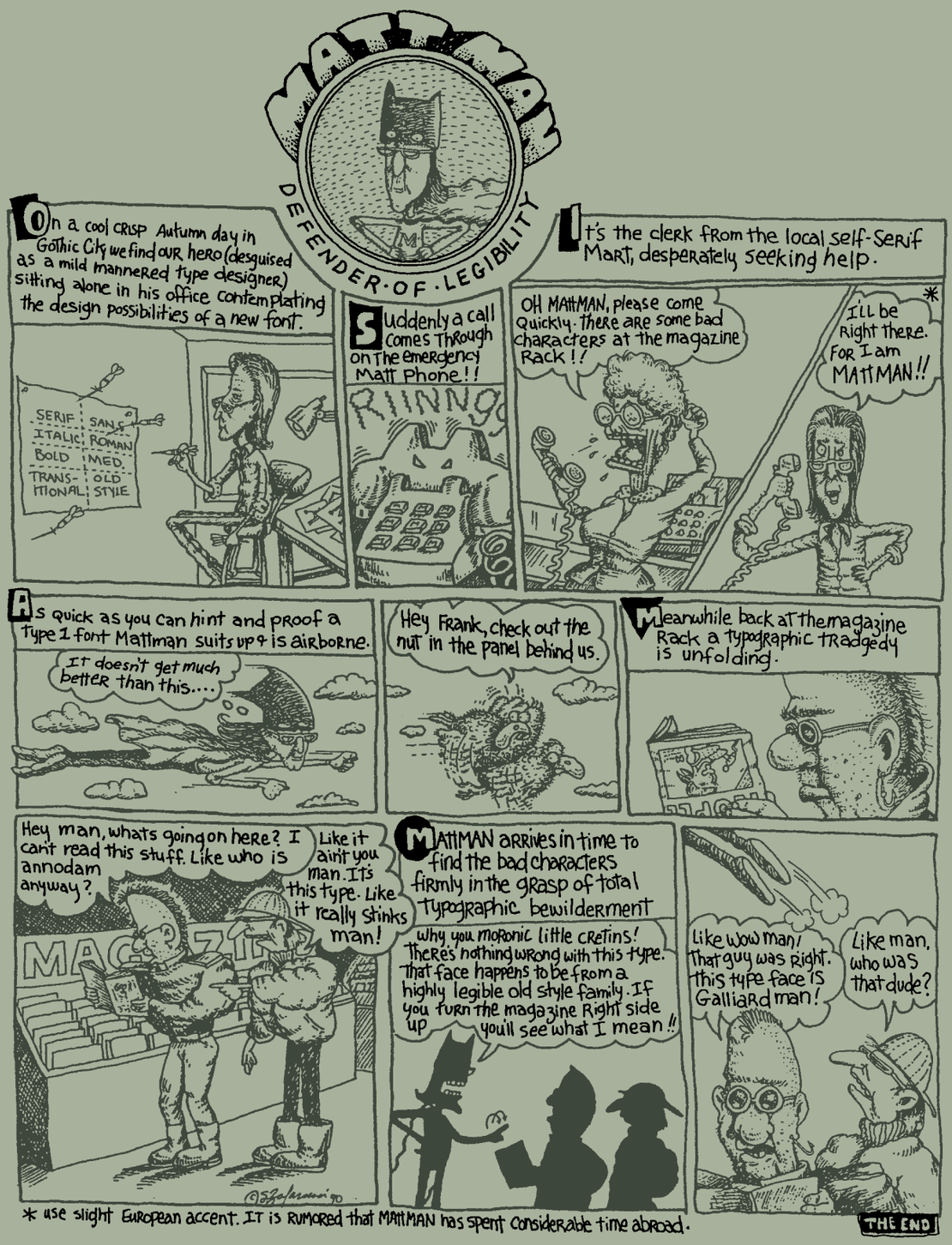
2005

Hyperion. Digital version of Berthold Wolpe's design of 1932, licensed by Neufville SL, Barcelona, Spain.
Fraktur-NYT. Commissioned by The New York Times Style Magazine. Typeface derived from the lettering of the newspaper's nameplate.
Consulted with **Suntory Limited** on the redesign of their logo.

Alisal®, Mantinia® and Sophia® are registered trademarks of Carter & Cone Type Inc. Miller® is a registered trademark of Carter & Cone Type Inc. and The Font Bureau, Inc. ITC Charter® and ITC Galliard® are registered trademarks of the International Typeface Corporation. Auriga™, Caledonia™, Cascade Script™, Gando Ronde™, Helvetica™, Olympian™, Shelley Script™, Snell Roundhand Script™, and Video™ are trademarks of Heidelberger Druckmachinen AG which may be registered in certain jurisdictions, exclusively licensed through Linotype Library GmbH, a wholly owned subsidiary of Hiedelberger Druckmachinen AG.

Typefaces Designed by Matthew Carter, 1963–2005 is based on A Check-List of Typefaces Designed by Matthew Carter (© Matthew Carter, 2002) and published in conjunction with the exhibition Typographically Speaking: The Art of Matthew Carter.

Carter's original checklist shows sample character sets of his typefaces made from 1963–2001 that are available as PostScript or TrueType fonts. It is included in Typographically Speaking: The Art of Matthew Carter, edited by Margaret Re and published by Princeton Architectural Press in 2003.



→ Cartoon by Steve Zafarana.

MAT MAN

obránce čitelnosti

Jednoho chladného podzimního rána náš hrdina v převleku za způsobného typografa medituje nad výtvarným potenciálem nového písma. Najednou se rozdrnčí Mattova pohotovostní telefonní linka! CRRRRR! Je to příručí z místní samoobsluhy a zoufale shání pomoc: „Ach, Mattmane, prosím tě, okamžitě přijeď. Na stojanu s časopisy se objevily nějaké špatné znaky!“→ **„Hned tam budu. Jsem přece Mattman!“** (Užijte lehce evropský přízvuk. Povídá se, že Mattman strávil značnou část života v cizině.)→ Rychleji, než bys vysadil a otestoval Type1 font, si Mattman oblékne svůj převlek a už je na cestě.→ **„Lepší už to nebude...“→ „Hele, Franku, mrkni na to éro za náma!“**→ U stojanu s časopisy se zatím schyluje k typografické tragédii. **„Hele, kámo, vo co de? Já to nemůžu přečíst. Hele, a kdo je vůbec ten Annodam?“→ „Hele, vole, za to ty nemůžeš, vole. To je těma písmenama nebo co. Hele, todle je fakt podezřelý, vole.“**→ Mattman přichází právě včas, aby špatné znaky přistihl v tom největším chaosu a zmatku.→ **„Vy neschopní pitomečci! Na tomhle písmu není nic špatného. Náhodou pochází z vysoce čitelné renesanční antikvové rodiny. Když si ten časopis obrátíte správně a ne vzhůru nohama, třeba vám dojde, o čem mluvím!“→ „Teda to je něco, kámo! Ten chlápek měl pravdu. Todle je přece Galliard!“→ „Hele, vole, co to bylo zač, ten týpek?“**

KONEC

Margaret Re is an Associate Professor in the Visual Arts Department at UMBC (Baltimore, MD) where she teaches in the graphic design program. Re curated “Typographically Speaking: The Art of Matthew Carter” an exhibition that examined Carter’s work and edited a publication that shares the same title.
Margaret Re vyučuje grafický design na fakultě Vizuálního umění univerzity UMBC v Baltimoru v americkém Marylandu. Byla kurátorkou výstavy „Typographically Speaking: The Art of Matthew Carter“ a také editorkou publikace vydané pod stejným názvem.

PÍSMA MATTHEWA CARTERA: 1963–2005

Přehled uvádí v chronologickém pořadí všechna písma, která Matthew Carter navrhl od roku 1963 do října 2005. Písma Carterovi pouze připisovaná (Linotype Cochin, Linotype Auriol, Optima Greek a Optima Classified) uvedena nejsou, stejně tak některá další: Linotype Cochin a Linotype Auriol jsou redesigny, Optima Greek je založena na nákresech Hermanna Zapfa, Optima Classified je odvozena od písma Optima Medium, ITC New Baskerville navrhl John Quaranta. Vypuštěna byla rovněž písma Raschi Hebrew pro Linotype a Hangul, navržený na zakázku jihokorejské vlády, protože k těmto písmům Matthew Carter nevlastní žádné nákresy ani nezná přesná data vzniku, ač obě písma byla nakreslena v průběhu 70. let. Tři písma navržená na objednávku Colina Forbese jsou rovněž vypuštěna, protože z nich nikdy nebyly vyrobeny tiskové matrice. Jedno z těchto písem bylo určeno pro navigační systém londýnského letiště, dvě byla vyrobena pro Pentagram jako součást corporate identity značek Nissan a Lucas. Není zahrnuta ani řecká abeceda, kterou Carter nakreslil v rámci zakázky Davida Collinse pro Cyprus Airways v 60. letech. (Ve všech čtyřech posledních případech byly nápisy poskládány z fotostatických kopií.)

(Pozn. překladatelky: názvy řezů ponecháváme v původním znění, neboť jsou obecně srozumitelné a navíc jsou často nedílnou součástí komerčního názvu daného písma.)

1963

Southwark Small Ad. Crosfield Electronics' Photon 540. Určeno pro inzerci v časopise New Scientist.
Colophon Greek. Crosfield Electronics' Photon 540. Nakloněná řecká abeceda podle Bodoniho, určená pro sazbu matematických textů.

1965

Auriga™. Crosfield Electronics' Photon 540. Nakresleno pro Mergenthaler Linotype v roce 1970.
Cascade Script™. Linofilm Mergenthaler Linotype.

1966

Snell Roundhand Script™ [Bold & Black doplněny v roce 1972]. Linofilm Mergenthaler Linotype.
Helvetica Compressed™ [Extra Compressed, Ultra Compressed]. Společný návrh s Hans-Jurgem Hunzikerem. Linofilm Mergenthaler Linotype.

1970

Olympian™ Roman & Italic [Bold, Bold Italic]. Mergenthaler Linotype. Novinové textové písmo vydané souběžně jako matrice pro Linotype i jako Linofilm font.
Gando Ronde™. Společný návrh s Hans-Jurgem Hunzikerem. Linofilm Mergenthaler Linotype.
Nepojmenované písmo pro nápisy. Na objednávku Colina Forbese, určeno pro navigační systém londýnského letišt ě, navržený triem Crosby/Fletcher/Forbes. Nebylo vyrobeno pro tisk, nápisy byly poskládány z fotostatických kopií.

1971

Helvetica™ Greek [Inclined, Bold, Bold Inclined. Dále řecká varianta **Century Schoolbook** (1976), **Baskerville** (1979, s Timem Hollowayem) a **ITC Souvenir** (1981)]. VIP systém Mergenthaler Linotype.

1972

Shelley Script™ Andante, Allegro a Volante. Tři různé sady verzálek s jednou společnou sadou minusek. VIP systém Mergenthaler Linotype.

1974

Cadmus Greek. VIP systém Mergenthaler Linotype.

1975

Devanagari Light [Bold]. Linotype Hell.

1977

Video™. Grotesková rodina, revize písma [CRT Gothic (1969)]. VIP systém Mergenthaler Linotype.

1978

Galliard Roman & Italic [Bold, Bold Italic, Black Italic, Ultra, Ultra Italic]. VIP systém Mergenthaler Linotype. Přejalo ITC, vydáno jako ITC Galliard® v roce 1981.
Bell Centennial Address, Sub-Caption, Name & Number, Bold Listing. Na objednávku AT&T pro telefonní seznamy v USA. Linotron 606, Mergenthaler Linotype.

1979

National Geographic Caption & Bold. Na objednávku časopisu National Geographic. Linotron 606, Mergenthaler Linotype.
Victoria & Albert Titling. Na objednávku Dereka Birdsalla pro edici průvodců po muzejích. Sada řeckých verzálek byla doplněna později.

1982

Pegasus Roman, Italic & Bold. Varianta písma Pegasus od Bertholda Wolpeho z roku 1937, vyrobeno pod Wolpeho vedením. Linotype. Bold Small Caps vyrobeny na objednávku Oxford University Press v roce 1997.

1987

Bitstream Charter & Italic [Bold, Bold Italic, Black, Black Italic]. FontWare, Bitstream. Přejalo ITC, vydáno jako ITC Charter® v roce 1993.

1992

Elephant Roman & Italic. TrueType Fontpack 2, Microsoft. Přejmenováno na **Big Figgins** pro obecné uvedení na trh v roce 1998. Viz také Big Figgins Open. Carter & Cone Type, 1998.

1993

Mantinia®. Carter & Cone Type Inc.
Sophia®. Carter & Cone Type Inc.
Benton Bold Condensed. Akcidenční grotesk odvozený od písma Franklin Gothic. Na objednávku časopisu Time.

1994

Big Caslon [Expert, Alternatives]. Carter & Cone Type Inc.
Skia. Rodina TrueType GX písem [rozšířená šířka a tloušťka řezu]. Na objednávku Apple Computer.
[Interchange]. Sada devíti obrazovkových řezů pro AT&T Interchange.

1995

Walker & Italic [Over, Under, Both, Over Italic, Under Italic, Both Italic]. Font obsahuje pět různých typů „přídavných" serifů, které uživatel může (či nemusí) přisadit k základním písmenům. Na objednávku galerie Walker Art Center, Minneapolis, Minnesota.
Wiredbaum Roman & Italic. Textová verze písma Walbaum, na objednávku časopisu Wired.
Alisal® Roman, Italic & Bold. Carter & Cone Type Inc. a Agfa Creative Alliance.
Tahoma [Bold, Greek, Greek Bold, Cyrillic, Cyrillic Bold]. Obrazovkové písmo, na zakázku Microsoftu.
Wilson Greek & Greek Ligatures. Carter & Cone Type Inc. Vyrobeno technologií GreekKeys a Polytonic layouts.

1996

Sammy Roman. Latinka doplňující abecedy kanji a kana. Na objednávku DynaLab, Taiwan.
Flamande & Flamande Archaic. Carter & Cone Type Inc.
Verdana & Verdana Italic [Bold & Bold Italic]. Obrazovkové písmo, nazakázku Microsoftu.
Verdana Greek [Inclined, Bold, Bold Inclined].
Verdana Cyrillic [Inclined, Bold, Bold Inclined].
Monogram Leafy. Jeden z řezů písem pro monogramy navržený pro William Arthur, papírnické zboží. Velikost 48 bodů.
Georgia Roman & Italic [Bold, Bold Italic]. Obrazovkové písmo, na zakázku Microsoftu.

1997

Georgia Greek [Inclined, Bold, Bold Inclined].
Georgia Cyrillic [Inclined, Bold, Bold Inclined].
Postoni Light, Light Italic, Bold & Bold Italic. Varianta písma Bodoni pro novinové titulky. Zakázka The Washington Post.
Miller Display Roman & Italic [Text Roman & Italic, Bold Roman & Italic. Řezy Light a Semi-bold a další byly navrženy s pomocí Tobiase Frere-Jonese a Cyruse Highsmitha z písmolijny Font Bureau]. Carter & Cone Type Inc. a The Font Bureau, Inc.

1998

Big Figgins Open. Carter & Cone Type Inc. Viz také Elephant, 1992.
Newsbaum Roman & Italic. Varianta písma Walbaum pro novinová záhlaví. Na objednávku New York Daily News.
Foreman Light [Deck, Bold]. Rodina určená pro novinové titulky a záhlaví, odvozená od písma Century. Na objednávku The Philadelphia Inquirer.
Fenway & Fenway Italic. Textové písmo na objednávku časopisu Sports Illustrated.
Wrigley & Wrigley Italic [Bold, Bold Italic]. Akcidenční písmo pro titulky a záhlaví rubrik. Na objednávku Sports Illustrated. Další řezy byly doplněny v roce 1999.
Manutius Latin [Latin Italic]. Písmo určené pro bibliografie. Obsahuje staré latinské ligatury a zkratky z tisků Alduse Manutia. Na objednávku UCLA jako doplňkové písmo k písmu Miller.
DeFace. Sebedestrukční písmo na objednávku 18. vydání časopisu Fuse s tématem Tajemství. Vyšlo v únoru 2001.

1999

Vincent Text & Italic [Middle, Headline, Banner]. Carter & Cone Type Inc. Premiéra v časopise Newsweek.
Le Bé Hebrew. Na objednávku Barryho Mosera pro Pennyroyal Caxton Bible.
Ionic Number One. Carter & Cone Type Inc.
Miller® News Roman, Italic, Bold, Bold Italic. Textová varianta písma Miller pro užití v novinách. Poprvé použito v The Guardian v Londýně.
Durham [Text, Headline, Display]. Sada zúžených grotesků, navržená v roce 1996 pro U.S. News & World Report a překreslená v roce 1999.
Nina & Nina Italic [Bold & Bold Italic]. Zúžená varianta písma Tahoma. Obrazovkové písmo, na zakázku Microsoftu.
Wrigley Light, Condensed, Expanded. Doplňky rodiny písem Wrigley. Na objednávku časopisu Sports Illustrated.

2000

Miller® Globe Head Condensed Medium Roman. Jedna z mnoha verzí písma Miller určená pro novinové titulky, poprvé uvedená v deníku The Boston Globe.
Milne Roman & Italic [Bold]. Revidovaná verze písma Olympian. Na objednávku The Philadelphia Inquirer.
Rochelle Italic. Carter & Cone Type Inc.

2001

Madrid Light, Medium Condensed, Medium Italic, Bold Condensed. Na objednávku španělského deníku El País.

2003

NY Cheltenham. Patnáct variant písma Cheltenham, návrh pro The New York Times. Na objednávku The New York Times.
Monticello Roman, Italic & Small Caps. Digitální verze linotypového písma z roku 1949, na objednávku Princeton University Press pro publikaci The Papers of Thomas Jefferson (Dílo Thomase Jeffersona).

2004

Yale. [Street, Administration Roman & Italic, Design Roman & Italic, Small Caps, Web Small Caps]. Na objednávku Yale University.
MoMA Gothic. Dvě verze písma Franklin Gothic pro Museum of Modern Art, New York, k užití jak na nápisech v nové budově muzea, tak pro tisk.
Meiryo Romaji, Greek a Cyrillic. Navrženo jako součást projektu Microsoft ClearType Meiryo pod vedením Eiichi Kona. Určeno pro sazbu ve více jazycích. Obrazovková písma, na zakázku Microsoftu.

2005

Hyperion. Digitální verze návrhu Bertholda Wolpeho z roku 1932, vydal Neufville SL, Barcelona, Španělsko.
Fraktur-NYT. Na objednávku časopisu The New York Times Style Magazine. Písmo je odvozeno od písmen na firemním logu.
Konzultace se **Suntory Limited** ohledně redesignu jejich loga.

Alisal®, Mantinia® a Sophia® jsou obchodní známkou Carter & Cone Type Inc. Miller® jsou obchodní známkou Carter & Cone Type Inc. a The Font Bureau, Inc. ITC Charter® a ITC Galliard® jsou obchodní známkou International Typeface Corporation. Auriga™, Caledonia™, Cascade Script™, Gando Ronde™, Helvetica™, Olympian™, Shelley Script™, Snell Roundhand Script™, a Video™ jsou obchodní známkou Heidelberger Druckmachinen AG a mohou být zákonem chráněna v určitých regionech. Vlastníkem výhradních práv je Linotype Library GmbH, plně ve vlastnictví Heidelberger Druckmachinen AG.

Seznam písem Matthewa Cartera z let 1963–2005 je založen na publikaci A Check-List of Typefaces Designed by Matthew Carter (©Matthew Carter, 2002) vydané v souvislosti s výstavou Typographically Speaking: The Art of Matthew Carter (redakce Margaret Re, Princeton Architectural Press, 2003). Kniha obsahuje vedle seznamu i ukázky znaků z Carterových písem, pokud jsou dostupná ve formátu PostScript nebo TrueType.

REFERENCES

→ Berry, J. D., ed., **Language Culture Type.** Association Typographique Internationale, New York 2002.
→ Bringhurst, R., **The Solid Form of Language.** Gaspereau Press, Nova Scotia 2004.
→ Gordon, D., **A Life of Letters.** Interview with Matthew Carter. The Connection. National Public Radio. WBUR. 4 September 2003. www.theconnection.org/shows/2003/09/20030904_b_main.asp.
→ Luna, P., **Two Oxford Bible Types.** Matrix: A Review for Printers and Bibliophiles, 17 (1997): 78-94.
→ **Now Read This.** Microsoft, 2004.
→ Re, M., ed., **Typographically Speaking: The Art of Matthew Carter,** Albin O. Kuhn Library & Gallery, University of Maryland, Baltimore County 2002.

TYPEFACE: Nimbus Sans Novus (medium, **bold**, **heavy**) URW++ → *Fenway* and **Wrigley**, both by Carter & Cone

Carter: Gracias

Typo contributor Adam Twardoch visited Matthew Carter at his home in Cambridge, Massachusetts.

✖ *Thank you, Matthew, for having me here. In 2005, you celebrated an anniversary: fifty years of your career. That's quite impressive! And from the body of work that you have done, these must have been some busy fifty years, too.*

Yes, I left school in 1955 and I was supposed to go to university, but I had a year between leaving school and starting university at Oxford so my parents had to find some way of getting me out of the house for a year. Because of my father's long-standing, friendly connection to the Enschedé printing house in Haarlem in the Netherlands, I went there as an intern. By chance—it was only a chance, I think—I started in the type foundry, and spent the whole year there. Enschedé's was a very fascinating place with many different departments: color printing and security printing of banknotes and stamps... But I got hooked on type founding, in particular working with Paul Rädisch, the by-then aging and soon-to-retire punchcutter, and I spent that whole year learning to cut punches. That means that last year, 2005, it was fifty years since I started making type by one means or another.

✖ *But did you have some interest towards letters before that, in school?*

I suppose I did. My father Harry Carter was a typographer, and in particular a historian of typography, and I grew up in that world. There was a revival of italic handwriting in England in the 1950s. I'm a terrible calligrapher, I can't make a pen do what I want it to do, but I did get enthusiastic about handwriting at that time. I guess, without being aware that it was happening, some influence from my father and his colleagues and his books got to me by osmosis. My father didn't push me in that direction other than finding me the internship at Enschedé's. But when that year was finished and I came back to England supposedly to go to Oxford University, I found I had completely lost interest in academic life.

✖ *What university program did you originally apply for?*

I would have read English literature at Oxford, which in those days was mostly Anglo-Saxon literature, Beowolf and Chaucer. I have no idea how I would have survived it so at the last moment I decided I really couldn't face going to university. To my surprise, my parents were very understanding! At the end of the 1950s, I moved to London and gradually started making my own way. I had fallen in love with type, making type in particular—designing type came later. At Enschedé's, I learned to make type by hand—essentially the same way Gutenberg made it or had it made. I didn't master punchcutting in a year but I knew enough to be able to do it more or less.

I even cut a very small number of punches for pay but it proved hopeless as a way of making a living. I had learnt a completely obsolete trade! I had to branch out into drawing lettering and eventually drawing type.

✖ *Did the punchcutting training help?*

Many people who are now type designers simply learn in a self-taught manner, with a Macintosh and Fontographer. I found my very traditional training interesting at the time and I'm glad that in these fifty years, it's been possible for me to make type by all the means that type has ever been made. But if my students at Yale show interest in type, I never tell them to cut punches unless they are fascinated by that as a sort of labor of love. Calligraphy is no more a prerequisite to type design than punchcutting is. If you have a gift for calligraphy, practice it by all means. I can't use a pen properly. My advice to students now is to use the electronic tools. I've used all available tools to make type and I'm only too pleased to have survived into the age of digital type! This morning, you have given me my first introduction to FontLab—and I'm delighted that I have what I consider to be the best tools that type designers have ever had at my disposal.

Never lost the thrill

There is something that my traditional training in the hand crafts may have helped me with, although there are other ways of learning it. If you're cutting a punch in steel, it takes you a long time, approximately a day a letter. If you make a mistake, it's very expensive in time to fix it. Before you commit yourself, you need to have a very good idea of the letter you're going to produce. If a stone mason cuts the wrong letter in marble, he needs a new piece of marble, so he thinks very carefully before he hits the chisel with the mallet.

In metal type, there was a big penalty for getting it wrong. Now it could not be more different, because there's an "undo". Even my beginning students do more than one letter a day! But however you learn it, you have to develop in yourself a faculty for judgment, for saying "This is a good letter. It relates well to other letters in the typeface. This needs fixing, this is terrible, forget it." I learned it because I had to think long and hard first, because I didn't want to screw up or change my mind. Nowadays, my students can make ten different variants and get more adventurous, more experimental each time. Since design is, to a large extent, a matter of trial and error, you can learn judgment in a different way. You can leave your mind open until a later stage in the design process, then assess a number of different alternatives and make your decision based on evidence. One way or another, you've got to have the judgment. I learned this one way but I would not insist that anyone necessarily went by the same route.

✖ *Do you work on a computer from the very beginning rather than sketching or drawing on paper?*
I work directly on the screen. I never drew very well in the first place. In the days of photocomposition I had to make production drawings with the aid of straight edges and French curves so I taught myself to do that, but I don't really draw tremendously well. Just as I'm a hopeless calligrapher. In my case there's not a huge advantage to making a bad drawing on paper and then scanning it and cleaning it up. But I have many colleagues who are wonderful calligraphers. Sumner Stone or Rob Slimbach usually start with a pen in their hands, and that's the natural way for them, while others such as Zuzana Ličko or Gerard Unger only use the computer. But in the end, for a type designer, the computer is only an engine to drive the printer. It was the laser printer that revolutionized what we do—within seconds after digitizing a letter, the type designer can see not only that letter but can put it in a string of other letters. For the first time in the 500-year history of type design it's been possible to close the loop. In the old days of punchcutting you could make proofs in candle smoke with the punch but it was very difficult to get the letters lined up. When I worked at

Spolupracovník časopisu Typo Adam Twardoch navštívil Matthewa Cartera v jeho bytě v Cambridge v americkém státě Massachusetts.

Matthewe, děkuji vám, že jste si na mě udělal čas. Letos jste oslavil padesáté výročí od začátku své kariéry. To je impozantní! A podle objemu práce, kterou jste vykonal, soudím, že to bylo dost nabitých padesát let.
To ano. Střední školu jsem dokončil v roce 1955 a následující rok jsem měl pokračovat na Oxfordu, ale tu roční pauzu jsem musel nějak vyplnit. Moji rodiče tehdy vymysleli výborný způsob, jak se mě na ten rok zbavit. Díky dlouholetým přátelským kontaktům mého otce s tiskařskou společností Enschedé v nizozemském Haarlemu jsem získal možnost pracovat jako neplacený stážista. A náhodou – myslím, že to opravdu byla náhoda – jsem začínal v písmolijně; nakonec jsem tam strávil celý rok. Enschedé bylo fascinující místo s mnoha různými odděleními – byla tam i barevná tiskárna, která tiskla nejrůznější tajné bankovky a známky... Mně se ale nejvíc zalíbila tvorba písma, hlavně díky práci s Paulem Rädischem, stárnoucím rytcem raznic, který se pomalu chystal do penze. Celý rok jsem se tenkrát učil rýt raznice. To znamená, že je to letos opravdu přesně padesát let od chvíle, kdy jsem začal tvořit písmo.

Nezajímalo vás ale písmo už někdy dřív, třeba ve škole?
Myslím, že ano. Můj otec Harry Carter byl typograf a hlavně historik typografie. Když jsem končil školu, pracoval v oxfordském nakladatelství University Press, kde psal o historii nakladatelství a o historii písma. V tom světě jsem vyrůstal. V padesátých letech bylo v Anglii období velkého návratu k ručně psanému písmu. Jsem velmi špatný kaligraf, pero nikdy nedělá to, co od něho chci, ale tehdy ve škole mi nadšení z písmomalířství rozhodně nechybělo. Myslím, že aniž bych se o to vědomě snažil, nebo aniž bych si toho byl vůbec vědom, měl na mě vliv otec, jeho kolegové a jeho knihy, což nakonec zafungovalo jako osmóza. Otec mě nikdy nenutil, abych se typografii věnoval, kromě toho, že mi našel zmíněnou stáž v Enschedé. Když jsem se však po roce stráveném v Holandsku vrátil do Anglie a měl nastoupit na Oxford, uvědomil jsem si, že jsem se o akademickou dráhu naprosto ztratil zájem.

Na jaký obor na univerzitě jste se původně hlásil?
Byl bych na Oxfordu studoval anglickou literaturu, což tehdy znamenalo zabývat se anglosaskou literaturou, Béowulfem, Chaucerem. Netuším, jak bych něco takového mohl přežít, tak jsem se na poslední chvíli rozhodl, že na univerzitu prostě opravdu nemůžu jít. A k mému velkému překvapení pro mě měli rodiče pochopení! Na konci padesátých let jsem se přestěhoval do Londýna a pomalu si začal hledat vlastní cestu. Zamiloval jsem se zkrátka do písma a hlavně do jeho výroby (vlastní navrhování písma přišlo až později). V Enschedé jsem se naučil ručně vyrábět litery, zrovna tak, jako za časů Guttenberga. Rok sice nestačil, abych byl v rytí liter dokonalý, ale víceméně jsem to zvládal. Vyryl jsem dokonce i pár raznic za peníze, ale na uživení to bylo zoufale málo. Naučil jsem se vlastně absolutně zastaralé řemeslo! Začal jsem se tedy věnovat písmomalířství a posléze navrhování písma.

Pomohla vám zkušenost s rytím liter?
Mnozí současní designéři a typografové začínali jako samoukové, když si pořídili Macintosh s Fontographerem. Tenkrát mi tradiční typografická průprava připadala zajímavá a z mnoha důvodů jsem rád, že jsem v těch uplynulých padesáti letech mohl tvořit písmo všemi způsoby, kterými se písmo kdy vyrábělo. Když mi ale studenti na Yale řeknou, že je zajímá písmo, nikdy bych jim neřekl, že mají jít rýt litery, pokud to nedělají pro osobní potěšení. Ani kaligrafické nadání není o nic víc podmínkou k navrhování písem než zkušenost s rytím liter. Pokud máte na kaligrafii nadání, využívejte ho a trénujte všemi možnými způsoby; ale pokud ho nemáte, nepropadejte beznaději. Já, jak už jsem řekl, nejsem dobrý kaligraf a svým studentům radím, aby používali elektronické nástroje. Měl jsem možnost vyzkoušet všechny vývojové stupně výroby písma a mám obrovskou radost, že jsem se věku digitálního písma dožil! Dnes ráno jste mi poprvé představil FontLab a já jsem nesmírně šťastný, že mám k dispozici podle mého názoru nejlepší nástroje, které kdy typografové měli.

VŽDYCKY JSEM TROCHU NAPJATÝ
Přece jen ale existuje něco, co mi tradiční řemeslo dalo, přestože určitě existuje i jiný způsob, jak se tomu naučit. Rytí ocelové raznice je velmi pomalá práce. Výroba jednoho písmene trvá zhruba den. Pokud uděláte chybu, je velmi časově náročné ji napravit, takže si musíte všechno předem opravdu dobře rozmyslet. Musíte mít jasnou představu

Bitstream Charter

regular ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

italic *ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

bold **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

bold italic ***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

black **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

black italic ***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

0123456789ŒÄÅÀÃÂÁÇÉËÈÊÑÖÓÔÒÕŸÝÍÎÏÌÜÚÛÙÐŁŠŽ

£¢§•&‡¶∂µ¬‰◊~<>#Þ√≤±≥ƒ÷«'(*»)~!?$%£ðßŧ¥µ‹›¢§·,;:†‡©’"‘ ’^˜¯˘¨˙˝˅

↑ **Bitstream Charter, released in 1987.** Bitstream Charter, vydáno v roce 1987.

Linotype, if you wanted the factory to cut trial matrices for a metal face it may have been weeks or months before you got them. Even in the days of photocomposition, trial fonts would take several days because trial work had to compete with production.
This closed loop is still phenomenal to me: that I can run proofs constantly as I'm working, I install fonts and use various standing files in Quark for proofing different aspects of the font. The ability to do that is still sort of magic for me. I've never got over the excitement of seeing my work in real time. But when I say that to students they just look at me like I'm an idiot: "Well of course there's a printer hooked up to it, who ever saw a computer without a printer?" It makes no sense to them—I must sound like I'm a million years old.

✖ *How do you react when you first see a proof on paper in a small type size?*
I've never lost the thrill of doing that. This is not to say that when you produce a proof, you're always happy about the results. You sometimes feel suicidal as a result of it! It's not always a good experience, but it's an experience that I've become so used to now that I could never go back to working in the dark as in my Linotype days.

✖ *How much time did you spend at Linotype altogether?*
There were three separate Linotype companies in those days: American, British and German. I went to Mergenthaler Linotype in Brooklyn, New York in 1965 and I stayed there until 1971. Then I went back to London. Technically, I was self-employed but I worked almost exclusively for the Linotype companies, mostly the American one, until 1981 when Bitstream started.

"It would kill me"

In my early Linotype days, the days of metal type, to take on a new typeface family as Linotype matrices was a project like building a museum, it was architectural in scale. I mean the amount of time and money that went into it. I remember, the head of design at the New York Times in those days was the great Lou Silverstein, and the Times was a good customer of Linotype's of course. So Lou once called me at Linotype and he asked me, "Do you have such and such a version of Bodoni", and I said, "Well, no, we don't," but I said, "I guess we could make it". And Lou said, "Stop right there," he said, "it would kill me". Just the idea of having to go through making one version of Bodoni was more than he could face!

✖ *It would occupy many people for many months?*
Exactly! Nowadays, in North America there is a sort of symbiotic relationship between type designers and the designers of publications. Art directors of magazines or newspapers often consider having a new weight of an existing typeface made or some changes to an existing typeface, or they even commission new faces. That's the sort of work that type designers like David Berlow, Cyrus Highsmith, Jonathan Hoefler, Tobias Frere-Jones or myself probably spend most of our time doing. There's no longer any sense that it would kill someone to do this! I would say most of my work over the thirteen years that we've been in business has been for newspapers and magazines.

✖ *As Carter & Cone.*
Yes. I do some speculative type design, faces for the retail market. A certain amount of that goes on. And then, in my case, in addition to newspapers and magazines, Microsoft

↑ **Package for Charter in Bitstream's Fontware format, designed by Kathy Forsythe.**
Balík ve formátu Bitstream Fontware, navržený pro Cartera Kathy Forsythovou.

↓ **Matthew Carter and Cherie Cone at a Bitstream party, late 1980s.**
S Cherie Cone na party Bitstreamu, konec 80. let 20. století.

o písmenu, které chcete vytvořit. Je to jako když kameník tesá nápis do mramorového bloku a udělá chybu – taky ztratil spoustu času a potřebuje nový kus mramoru –, takže si musí každé ťuknutí palicí do dláta velmi pečlivě rozvážit.
V horké sazbě se prostě za každou chybu draze platí. Dnes je to jednodušší, protože máme „undo". I mí začínající studenti tak dokáží vytvořit víc než jedno písmeno za den. Nezáleží ale na tom, jakým způsobem si osvojujete typografii, hlavní je vypěstovat si schopnost správného úsudku, který vám řekne: „Tohle písmeno je dobré – dobře jde k ostatním ve fontu. Tohle potřebuje upravit a tohle nestojí za nic." Já jsem se to naučil tak, že jsem musel vždy napřed dlouho a pečlivě přemýšlet, pokud jsem nechtěl něco pokazit nebo později měnit. Mí studenti dnes mohou najednou vytvořit deset různých variant, mohou být odvážnější, mohou víc experimentovat. Ale protože design je víceméně procesem založeným na pokusu a omylu, můžete si schopnost správného úsudku osvojit i jiným způsobem. Můžete nechat mysl otevřenou až do pozdějších stádií designérského procesu, pak vyhodnotit víc různých variant a rozmyslet se na základě většího počtu faktů. Ať tak nebo tak, nejdůležitější je schopnost správného úsudku. Já jsem se to naučil jedním způsobem, ale netrvám na tom, aby ostatní šli stejnou cestou.

Pracujete raději od samého počátku na počítači, nebo napřed kreslíte a skicujete na papír?
Pracuji přímo na monitoru. Já jsem ale nikdy nebyl příliš dobrý kreslíř. V dobách fotosazby jsem musel dělat výkresy za pomoci pravítka a křivítka, takže jsem se to prostě musel naučit, ale nekreslím nijak oslnivě. Stejně tak nejsem dobrý kaligraf, nebo lépe řečeno, jsem beznadějně mizerný kaligraf. Takže v mém případě by to nebyla příliš velká výhoda nakreslit špatnou skicu na papír, naskenovat ji a pak se ji snažit vyčistit. Ale mám mnoho kolegů, kteří jsou výborní kaligrafové. S tužkou v ruce většinou začínají Sumner Stone nebo Rob Slimbach a je to pro ně naprosto přirozené, ale třeba Zuzana Ličková nebo Gerard Unger naopak patří mezi typografy, kteří pracují přímo na monitoru.
Je ale fakt, že pro typografa je počítač vlastně jen nástrojem k ovládání tiskárny. Nástup laserových tiskáren způsobil v naší práci naprostý převrat – v několika vteřinách poté, co digitalizujeme znak, můžeme vidět ne jeden, ale hned třeba celý řádek znaků. Poprvé za pětisetletou historii typografie je možné proces ihned dotáhnout do konce.
V dobách rytí raznic mohl člověk dělat korektury tak, že vyřezanou matrici obarvil kouřem ze svíčky, ale bylo velmi obtížné zarovnat znaky do řádku. Když jsem pracoval ve firmě Linotype a chtěl jsem nechat vytvořit zkušební matrice pro kovové litery, trvalo týdny i měsíce, než jsem je dostal. A dokonce i v dobách fotosazby trvala výroba zkušebních fontů několik dní, protože zkušební fonty musely vždy dát přednost komerčním zakázkám.
Tenhle uzavřený cyklus je pro mě pořád úžasný – to, že mohu po celou dobu tvůrčího procesu kontrolovat zkušební výtisky, nainstaluji fonty a používám různé testovací soubory v Quarku, abych vyzkoušel různé možnosti fontu. Je to pro mě pořád tak trochu jako kouzlo. Nemůžu nikdy potlačit nadšení, když vidím své písmo fyzicky vytištěné. Když to ale řeknu svým studentům, koukají na mě jako na idiota: „Samozřejmě, že je k počítači připojená tiskárna. Kdo kdy viděl počítač bez tiskárny?" Nechápou to. Musí mít pocit, že jsem sto let za opicemi.

Jaká je tedy vaše reakce, když poprvé vidíte výtisk na papíře v malé velikosti?
Vždycky jsem trochu napjatý, jak to dopadne. Když uděláte zkušební výtisk, nejste pokaždé nadšený výsledkem. Někdy mám dokonce sebevražedné tendence! Není to vždycky dobrá zkušenost, ale už jsem si na to zvykl a nikdy bych se nechtěl vracet k té práci „ve tmě", k práci, kdy si nemůžete výsledky hned ověřovat. Dnes se úplně divím, jak jsem mohl vydržet pracovat s fotosazbou v Linotype.

Jak dlouho jste pro Linotype pracoval?
Tehdy existovaly tři sekce společnosti Linotype – americká, britská a německá. Já jsem od roku 1965 od roku 1971 pracoval pro Mergenthaler v newyorském Brooklynu a pak jsem se vrátil doLondýna. Technicky jsem pak byl soukromý podnikatel, ale ve skutečnosti jsem až do roku 1981, kdy byl založen Bitstream, pracoval téměř výhradně pro společnosti Linotype, hlavně pro americkou pobočku.

„TO BY MĚ ZABILO"

Když jsem začínal v Linotype – ještě v dobách horké sazby –, byla zakázka na vytvoření matric pro novou rodinu písem projektem, který rozsahem práce, vloženými finančními prostředky a stráveným časem připomínal spíš třeba stavbu muzea. Pamatuji se, že tehdy byl šéfem grafického oddělení v New York Times Lou Silverstein. Byl to skvělý člověk a Timesy byly pro Linotype samozřejmě skvělý klient. A Lou mi jednou zavolal do Linotype a zeptal se: „Máte ten a ten řez písma Bodoni?" Já jsem odpověděl: „Nemáme, ale myslím, že ho můžeme vyrobit." A Lou řekl: „Okamžitě přestaň, to by mě zabilo." Jen představa, že by musel absolvovat proces výroby jediného řezu Bodoniho antikvy, byla víc, než mohl jeden člověk unést!

Zaměstnalo by to mnoho lidí na mnoho měsíců?
Přesně tak! Dnes je v Severní Americe určitá symbióza mezi designéry písem a designéry novin a časopisů. Artdirektoři časopisů a novin často zvažují pořízení nového řezu existujícího písma, nebo určité změny v existujícím písmu, nebo dokonce objednávají písma nová. S tímto typem práce asi lidé jako jsem já, jako je David Berlow, Cyrus Highsmith, Jonathan Hoefler nebo Tobias Frere-Jones tráví nejvíc času. Ale že by to mohlo někoho zabít – to už je dnes opravdu nepochopitelné. Řekl bych, že za posledních dvanáct třináct let tvořily většinu naší práce právě zakázky na písma pro noviny a časopisy.

„Naší" myslíte společnost Carter & Cone?
Ano. Dělám i nějaké fonty jen tak do šuplíku, pak je zveřejním a doufám, že se prodají. A určitá část na odbyt opravdu jde. Velkou část práce mi od poloviny devadesátých let zadává také Microsoft – projekt fontů pro monitory, písmo Verdana, Georgia, Tahoma, Nina; a v nedávné době jsem také s Eiichi Konoem spolupracoval na návrhu japonské abecedy Meiryo. Kromě písem pro noviny a časopisy jsem udělal i pár korporátních písem, něco pro různé instituce, muzea...

Jako je Walker Art Center.
Ano, pro ně jsem navrhl korporátní písmo. Pracoval jsem i pro Muzeum moderního umění v New Yorku, ale stejně bych řekl, že nejvíc pracuji pro tištěná média. Navrhoval jsem také titulkové fonty, ale většina mé práce sestává z textových písem. Někdy pracuji na celé velké rodině písem, jako byl třeba Miller, která obsahuje jak textové, tak i titulkové fonty stejného designu, ale většinou řeším problémy textového písma. A řeším je moc rád! Patřím k těm designérům, kteří se s radostí zabývají detaily úpravy písma na míru. Existují řezy s různou ideální velikostí – jeden řez je nejlepší ve velikosti devět a půl bodu, jiný ve velikosti šestnáct

Elephant

has been a big part of my work from the mid-90s onwards: the screen font project, Verdana, Georgia, Tahoma and Nina, and more recently the Japanese Meiryo design that I did with Eiichi Kono. Apart from publications, I have done a little corporate work, some work for institutions, museums. I've done some work for the Museum of Modern Art in New York and the Walker Art Center in Minneapolis, but still, I would say that I mainly work for publications. I have done a few display faces, but most of the work has been with text type. Sometimes it's a big family like Miller, which embraces both—there are text versions and display versions of the same design—but I tend to get stuck with the problems of body typefaces. And I'm very happy working with those! I'm the kind of designer who is happy to be working with the minutiae of adapting a face so it has one cut which is at its best at 9.5 point, another cut for 16 pt, and another one for 36 pt. It's perhaps because of my background in type founding. Those things would drive a lot of designers mad, because it is very detailed work. It's not creative work, more of the crossword-puzzle-solving sort of work.

I have impatient moods

✖ *Is temper and patience a prerequisite for a type designer? Do you get irritated if somebody doesn't start his car when the traffic lights turn green?*

I have impatient moods but in general, I am a fairly patient person. Arlene might disagree, she is in a better position to judge than me. Without generalizing, I would say that as a full-time type designer, you must have, as part of your nature, a recognition that you're working within well-defined constraints. This applies to all forms of industrial design—if an architect is building a house, it must keep the rain off. For the type designer, the Latin alphabet has been fixed for so long, there is such a long-established pact with readers about what the letter "a" or "b" looks like. You have a slightly freer hand in display types, but you cannot depart from these norms very far without seriously impeding the reading ability.

The struggle for a type designer—since all designers are arrogant to some degree—is, how am I going to make this "b" different from everyone else's "b"? Readers are very conservative, how would they not be? You don't have much room for manoeuver and many perfectly good designers are impatient with that sort of constraint.

✖ *Another issue is the duration of projects?*

That is also true. You have to have something of the same perseverance—to go from the ridiculous to the sublime—that novelists have. You have to be prepared to start on a certain day knowing that the finish date is a long way away. And it would be a long way away even if you began on a Monday morning and did nothing else until this typeface was finished! But that never happens because when you get to a certain stage and you send a trial font to the client, it often takes weeks before you get it back. In the meantime, you've got to be working on something else, then the phone rings, someone's in a panic, you put that aside and get back to the old project... Psychologically it's good for a designer to put something aside and then come back to it, at least for me it usually works well.

✖ *You have learned certain useful things through punchcutting. What about the "transitional" years of photocomposition?*

From the type designer's point of view, I believe that the change from metal to photo—from three dimensions to two dimensions—was more dramatic than the change from photo to digital. Photocomposition opened up a few classes of type that had not really been possible, or been very difficult to do, in metal. The invention of the laser printer was important but many of the digital changes such as OpenType really made more difference in the non-Latin world than in the Latin world.

Yet I must say that at least eighty percent of type design is the same regardless of whether it's metal, photo, digital, or anything else. There are of course exceptions like Bell Centennial. Phone books used tiny type on newsprint with very poor ink and high-speed rotary presses—this presented a very inhospitable environment for type. In this case, technology had a bigger influence on the design than 20%, which was probably also true with the screen fonts such as Verdana and Georgia. But those are problem-solving typefaces that were designed for use in situations where there is a technical problem, a threshold problem.

In general, I think the technical influence is a rather small part to play. Many people disagree with me about that. They believe in "techno-determinism"—that the technology has a determining effect on what is produced. Sculpture tends either to show the material very strongly or sometimes to defy the material, but there's always an attitude to the material, as in architecture. But I don't think that's true

↑ **Elephant, 1992, based on 19th-century English fatface types. The Roman and Italic were included in Microsoft's TrueType Fontpack 2.**
Elephant, 1992. Písmo založené na tučných akcidenčních antikvách obvyklých v anglickém písmařství první poloviny 19. století. Základní a kurzivní řez tohoto písma byl zařazen do TrueType Fontpacku 2 od firmy Microsoft.

to the same extent with type design. When I'm showing slides of recent work that I've done, someone will put their hand up and say, "Could this typeface have been made in metal?" and usually my answer is: absolutely.

✖ *In metal type, each type size was made independently and therefore had its "optical" master design. One of the big revolutions in photocomposition, later continued in digital type, was the ability to scale the letterforms over a large range of sizes so you would only need one master design for small and large type sizes. But type that looks good in display sizes often looks fragile and weak in small sizes and vice versa. Did the technological advance contribute to some deterioration of the craft?*
In the days of metal type, Linotype made different drawings depending on the typeface. Sometimes, each size had its own drawing; in other cases one drawing could do two or three different sizes. For the first photocomposition system that Linotype produced—the "big" Linofilm—the optical system could only enlarge by a factor of two. So in order to get from 6-point to 36, they had three different "grids", as they were called, different pieces of glass that held the masters. The A-master went from 6 to 12 and was usually based on the 8 pt metal design. The B-master went from 12 to 24 and was usually based on the 12 pt metal design. And then there was an overlap because the C-range—the biggest one—went from 18 to 36 and was derived from the largest metal cut, probably 18 or 24. So a large part of this so-called optical scaling survived into the first generation of typesetting devices.
Then came the VIP phototypesetter which was the first Linotype machine that could go from 6 to 72 pt from the same master. With all of their good background, Linotype continued to produce the A, B, and C-range masters for the VIP saying "You'll get a much better 8-point from the A-range master than you will from the B." But it didn't take the treasurer very long to notice that the only fonts they were selling were the B-range fonts. Fairly soon, Linotype simply stopped making the A and C because nobody bought them. Once typesetters discovered that you could go all the way from tiny to huge from a single master—why buy three fonts when you can get away with one?

✖ *Especially since one font for the VIP cost about thousand dollars?*
Oh yes. That was really the death of the idea of optical scaling in mainstream typography. Fortunately, in recent years,

bodů a dalšímu nejvíc sluší šestatřicet bodů. Může za to asi moje zkušenost s tvorbou písma. Z těchto detailů by se asi leckterý designér pomátl, protože je to piplačka, není to kreativní a připomíná to spíš luštění křížovek.

OBČAS BÝVÁM NETRPĚLIVÝ
Myslíte si, že trpělivost a sebeovládání jsou předpokladem pro práci typografa? Rozčílí vás třeba, když někdo nenastartuje, jakmile naskočí na semaforu zelená?
Občas samozřejmě bývám netrpělivý, ale obecně jsem spíš trpělivý. Arlene možná nebude souhlasit, ona mě může posoudit lépe než já sám. Domnívám se, že typograf zabývající se navrhováním písem na plný úvazek musí mít vrozenou schopnost poznat, že to, co dělá, funguje v rámci pevně vymezených mantinelů. To se ostatně týká všech forem průmyslového designu a do určité míry i užitého designu. Když architekt navrhuje dům, také do něj nesmí zatékat. Pro designéra písma je latinková abeceda jasně vymezená, dohoda se čtenáři o tvaru písmene „a" nebo „b" byla uzavřena už tak dávno, že se nemůže od daných norem příliš odchýlit, aniž by vážně ohrozil čitelnost. (U titulkových fontů máte samozřejmě o něco volnější ruku, protože tam není čitelnost hlavní prioritou.)
Vnitřní boj každého designéra písem – protože všichni typografové jsou trochu nafoukaní – je tedy: jak zařídím, aby tohle moje „b" vypadalo jinak než „b" všech ostatních? Čtenáři jsou totiž velice konzervativní. Samozřejmě, a jak by také nebyli? Manévrovací prostor je v tomhle případě žalostně omezený a mnoho vynikajících designérů nemá s tímto omezením dostatek trpělivosti.

Dalším problémem je délka trvání projektu?
To také. Musíte být podobně vytrvalý jako třeba romanopisec. Hned na začátku práce musíte být připraven, že je před vámi opravdu dlouhá cesta. A byla by dlouhá i v případě, že byste mohl začít pracovat hned v pondělí ráno a nemusel se věnovat vůbec ničemu jinému až do okamžiku, než by byl font hotov! Ale to se nikdy nestane, protože když se dostanete do určitého stádia práce a pošlete font na zkoušku klientovi, trvá obvykle několik týdnů, než ho dostanete zpátky. Mezitím máte jinou práci, do toho zazvoní telefon, někdo panikaří, že potřebuje vaši pomoc, takže všechno odložíte a začnete se věnovat nějakému staršímu projektu... Na designéra má pozitivní psychologický vliv, když jednotlivé projekty odkládá a vrací se k nim později. Aspoň u mě to dobře funguje.

Díky rytí raznic jste se naučil pár užitečných věcí. Ale co „přechodová" léta fotosazby?
Z typografického hlediska se domnívám, že přechod od kovové sazby k fotosazbě, od trojrozměrného tiskového podkladu ke dvourozměrnému, byl dramatičtější než přechod od fotosazby k sazbě digitální. Díky fotosazbě se otevřely nečekané obzory, které by s horkou sazbou byly naprosto nemyslitelné. Vynález laserové tiskárny byl důležitý, ale mnohé novinky spojené s nástupem digitálních technologií jako OpenType způsobily větší změny ve světě nekomunikujícím prostřednictvím latinky než u nás.
Musím říct, že minimálně osmdesát procent procesu navrhování písma se příliš neliší, ať pracujete s kovem, fotosazbou nebo digitální sazbou. Existují samozřejmě výjimky, například Bell Centennial. Telefonní seznamy reprezentují velmi specifické problémy sazby v šestibodovém písmu, což je pro písmo velmi nehostinné prostředí. V tomto případě má technologie větší vliv než dvacet procent, což nejspíš platí i o fontech pro monitor, jako je Verdana a Georgia. Ale to jsou fonty navržené pro použití v situacích, kde je nutno počítat s technickými limity.
Domnívám se, že technický vliv hraje spíše malou roli a mnoho lidé se mnou nesouhlasí. Věří v technický determinismus – v to, že technologie má vliv na to, co vyrábíme. Ano, socha buď dává na odiv materiál, ze kterého je vyrobena, nebo se snaží jej potlačit, ale materiál má vždy velký význam, a stejně je tomu třeba v architektuře. Ale v typografii tomu tak podle mého názoru není. Když na přednášce promítám diapozitivy s ukázkami svých nových fontů, někdo se třeba přihlásí a zeptá se: „Mohlo by být tohle písmo vyryté z kovu?" Obvykle odpovídám, že určitě ano.

V kovové sazbě vznikala každá velikost písma odděleně, a proto měla svou „optickou" předlohu. Jednou z velkých změn, kterou přinesla fotosazba, byla možnost zvětšovat písmo do nejrůznějších velikostí, takže stačila jediná předloha pro malé i velké velikosti fontů. Ale písmo, které vypadá dobře v titulkových velikostech, jeví se v malých velikostech často fragilní a slabé, a pochopitelně naopak. Zapříčinil podle vás technologický vývoj úpadek řemesla?
V dobách horké sazby navrhoval Linotype různé nákresy pro různá písma. Někdy mělo každé písmo svůj vlastní nákres, jindy stačil jeden nákres pro dvě nebo tři různé velikosti. V prvním systému

MANTINIA

A^A B^B C^C D^D E^E F^F G^G H^H I^I J^J K^K L^L M^M N^N O^O P^P Q^Q
R^R S^S T^T U^U V^V W^W X^X Y^Y Z^Z ♠ & & & 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Œ UP MP MB MD ME LA TY HE VH TU TW TT CT ÄÅÀÃÂÁÇ
ÉËÈÊÑÖÓÔÒÕŸÝÍÎÏÌÜÚÛÙÐŁŠŽ
ª º Þ Y , · ƒ ¯ « ' (❖ ») ! $ $ £ < > ¢ ♠ ▾ , ; :

RºO

Mantinia, 1993. Titling face with capitals, floating small caps, and several ligatures of inscriptional origin. The four double-page spreads are from a printed specimen of the face. From a specimen book by Carter & Cone.
Mantinia, 1993. Titulkové písmo obsahující kapitálky, zvýšené kapitálky a různé ligatury, které mají svůj původ v pamětních nápisech. Uvedené čtyři dvoustrany pocházejí z tištěné verze tohoto písma.

MANTINIA A TYPEFACE
DESIGNED BY MATTHEW
CARTER AND DEDICATED
TO ANDREA MANTEGNA
ARTIST AND ANTIQUARY.
MANTEGNA PAINTED &
ENGRAVED THE ROMAN
EPIGRAPHIC LETTERING
OF ANCENT MONUMENTS
REVIVED BY HUMANISTS

80-FOURPT
9TY·SIXPT
108 PT
12º PT
144

SEVENTY-2 PT.
SIXTY 60 POINT
FIFTY-FOURPT 54
FORTY-EIGHT PT
FORTY-TWO POINT
THIRTY-SIX POINT
THIRTY (30) POINT
TWENTY-4 POINT
TWENTY POINT
EIGHTEEN PT
FOURTEEN PT
TWELVE PT
STOP!

ULLMAN THINKS IT WAS POGGIO WHO BEGAN THE PASSIONATE STUDY OF CLASSICAL INSCRIPTIONS TO WHICH SEVERAL GIFTED ITALIANS DEVOTED THEMSELVES LATER IN THE CENTURY. SOME OF THEM WERE NOT SCRIBES: CIRIACO OF ANCONA, ANTIQUARY, ANDREA MANTEGNA, PAINTER, LEON BATTISTA ALBERTI, ARCHITECT, AND ONE WHO WAS AN ANTIQUARY AND SOMETHING OF A SCRIBE, FELICE FELICIANO. THEY WERE CONCERNED WITH REVIVING THESE LETTERS IN ARCHITECTURE RATHER THAN IN BOOKS. FELICE'S ENLARGED DRAWINGS OF TYPICAL ROMAN CAPITALS BASED ON CLASSICAL EXAMPLES LED TO A SERIES OF ATTEMPTS TO CONSTRUCT THE LETTERS BY RIGID GEOMETRY BEGINNING WITH A BOOKLET BY DAMIANO MOYLLE OF ABOUT 1480 AND GOING ON LATE IN THE SIXTEENTH CENTURY. ❧ WHEREAS THE CAPITALS OF BLACK LETTER COULD BE & WERE WRITTEN VARIOUSLY AND DIFFERED FROM PLACE TO PLACE AND WERE NOT IN THE CHILDREN'S ALPHABET-BOOKS, THE HUMANISTIC SCRIPT WAS TIED TO THE ROMAN CAPITALS AND WAS INFLUENCED BY THEM INCREASINGLY.

THE EXTRACT OPPOSITE IS TAKEN FROM 'A VIEW OF EARLY TYPOGRAPHY' BY HARRY CARTER OXFORD·1969 PAGE 46

CAPS & SUPERIORS
A^A B^B C^C D^D
E^E F^F G^G H^H I^I J^J
K^K L^L M^M N^N O^O P^P Q^Q
R^R S^S T^T U^U V^V W^W X^X
Y^Y & Z^Z Æ^Æ Œ^Œ
FIGURES
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
SMALL CAPS
H A C E H I O R S T U W Y Z H
INTERPOINTS ♠ ❖ ▾

TALL CAPITALS
H I H T H L H Y H
LIGATURES
TH VC TH E UP LA TT Ꝑ
TU TW TY ME MP MD MB TE
ALTERNATIVES
ª º T & Y R^R Q^Q
ACCENTS &c
À Á Â Ä Ã Å Ç Ð È É Ê Ë Ì Í
Î Ï Ł Ñ Ò Ó Ô Ö Õ Ø Þ
Š Ù Ú Û Ü Ý Ÿ Ž

it has crept back into digital typography to some degree, especially in the publication world. Publications have woken up to the fact that there are very few typefaces that will perform equally well over the complete range of sizes that they need. So Time magazine, or Newsweek, or a number of magazines who use my Miller typeface, use different cuts: text, subhead, headline, plus sometimes a monster version, also known as a "disaster cut," for huge headlines. The publication world, especially in the U.S., has now quite a good understanding of the fact that in order to get the best result, you need to go back to the traditions of the early days of photocomposition with at least three masters.

There is no formula

✖ *Originally, the optical scaling was a side-effect of technological limitations. Today, it is a fully conscious decision of those who strive for best quality and legibility.*

Absolutely! Whenever I embark on one of these projects with a new client, I say to them, 'There is no formula here." We go through a process of empirical discovery and end up with a pragmatic decision. We start with a text face, for the sake of argument. Then we try that at larger sizes and if we're happy with it, that's fine. Otherwise we'll design a display cut, sometimes add one or two more intermediate cuts. I once did a face called Fenway for Sports Illustrated magazine. In my view it is a text type but they use the same cut in huge sizes. When the same typeface was later picked up by BusinessWeek, they wanted a special display cut; in fact, they got two of them. Some clients have stronger feelings about optical scaling than I do. It has happened to me that I've said, "I think you need three cuts to cover your whole range" and they've said, "No, I think we need four".

Sweet spot

✖ *Among the text typefaces you designed, ITC Galliard does not work very well in very small sizes.*

No, it has some fairly fine lines. Indeed, I was once asked to look into doing a version for small sizes of Galliard. I ended up not doing it then but it probably would be a good thing to take on. For example, it's not a face that you could reverse out of black very well—any face with fine hairlines doesn't perform well in those situations. I would say that Galliard was a general-purpose book—and other—face. But there are certain limitations: in small sizes on coated paper you'd be better off with Monotype Plantin, but that is true for most typefaces. Recently, I've done a lot of work on Cheltenham for the New York Times—fifteen different cuts of Cheltenham. Cheltenham is a fairly versatile face, there is not much contrast between thick and thin. It's a sturdy, solid-looking design. Since they've introduced more of these versions into the newspaper, there is no doubt in my mind that certain weights and widths work better than others. This may just be my fault, but I don't think so. No matter how inherently versatile a typeface is, within any series of typefaces—that is, a family with different weights and widths—there is still a sweet spot somewhere in the range. There's one particular cut of the Cheltenham I did for the New York Times which they use for the headlines of reviews on the Arts page, which for me is just right. But that is not the regular weight of Cheltenham, it's slightly lighter. Nowadays, you have these big families with many different weights and widths but, still, they're not equally good over the whole range even though the designer has put much work into all of them. It's hard to tell ahead of time where the sweet spot is going to be. It is only by virtue of seeing all these faces introduced in the Times—all for very well-studied particular uses—that I realize that I have favorites among them.

fotosazby, se kterým Linotype pracoval – byl to „obří" Linofilm –, mohl optický systém zvětšovat jen o jeden nebo dva faktory. Aby se tedy dalo šestibodové písmo zvětšit na šestatřicetibodové, používaly se tři různé „mřížky", což byly různé modifikační lupy – typ A pro velikosti šest až dvanáct bodů vycházel z osmibodového kovového vzoru, typ B pro velikosti dvanáct až čtyřiadvacet bodů vycházel z dvanáctibodového vzoru, a největší typ C se s ním překrýval, protože zvětšoval v rozmezí osmnáct až šestatřicet bodů z největšího vzoru, myslím, že z velikosti osmnáct nebo čtyřiadvacet bodů. Takže velká část principu tzv. optického zvětšování se dochovala až do první generace zařízení pro fotosazbu.

Pak nastoupila fotosazecí jednotka VIP, která byla prvním zařízením firmy Linotype, jež mohlo z jediné matrice vytvořit všechny velikosti od šesti do dvaasedmdesáti bodů. Linotype ale nadále propagoval používání modifikačních lup A, B, C i pro jednotku VIP: prý mnohem lepší osmibodové písmo dostanete při použití typu A, než kdybyste použili typ B. Účetní však brzy zjistili, že se prodávají jen fonty typu B. A tak Linotype záhy přestal vyrábět A a C, jelikož je nikdo nekupoval. Když sazeči zjistili, že si vystačí s jediným vzorem, proč by kupovali tři fonty?

Zvlášť když jeden font pro VIP stál asi tisíc dolarů.

No jistě. To znamenalo konec myšlenky optické změny velikosti v hlavním proudu typografie. Naštěstí se ale tento princip v posledních letech zase začíná vkrádat do digitální typografie, hlavně jej používají v novinách a časopisech. Vydavatelé totiž zjistili, že existuje jen velmi omezený počet písem, která fungují stejně dobře ve všech požadovaných velikostech. Časopisy Time, Newsweek a další, sázené mým písmem Miller, používají různé řezy na text, titulky, podtitulky a někdy i na obří titulky, kterým se také říká „katastrofický řez". Vydavatelé – aspoň ti v Americe – už dobře vědí, že nejlepšího výsledku dosáhnou, pokud se budou držet vyzkoušených tradičních metod rané fotosazby s alespoň třemi předlohami.

NEEXISTUJE UNIVERZÁLNÍ RECEPT

Původně byla optická změna velikosti jen průvodním jevem technologických omezení, ale dnes je to plně vědomé rozhodnutí typografa, který usiluje o nejvyšší kvalitu a čitelnost.

Jednoznačně! Kdykoli se pouštím do projektu s novým klientem, řeknu mu: „Neexistuje žádný univerzální recept." Procházíme společně procesem empirického poznávání a končíme u pragmatického rozhodnutí. Začínáme obvykle u textového písma, pak ho zkoušíme ve větších velikostech, a pokud s ním jsme spokojeni, je všechno v pořádku. Pokud ne, navrhneme titulkový řez, někdy přidáme jeden nebo dva další řezy. Kdysi jsem dělal písmo Fenway pro časopis Sports Illustrated. Podle mého názoru je to textové písmo, ale oni se rozhodli používat totéž i v obrovských velikostech. Když si později totéž písmo klient vybral do časopisu BusinessWeek, chtěl k němu speciální titulkový font (nakonec dostal vlastně dva různé). Někteří klienti mají pro optickou úpravu velikosti ještě větší cit, než mám já. Už se mi stalo, že jsem řekl: „Myslím, že k pokrytí vašich potřeb jsou nutné tři řezy." A klient odpověděl: „Ne, já myslím, že potřebujeme čtyři."

OPTIMÁLNÍ ŘEŠENÍ

Mezi vašimi textovými písmy je i ITC Galliard, který v příliš malých velikostech nevypadá moc dobře.

Máte pravdu, některé jeho tahy jsou příliš tenké. Dokonce jsem byl jednou požádán, abych problém používání Galliardu v malých velikostech vyřešil. Nakonec jsem se k tomu nedostal, ale bylo by to potřeba. Galliard se nedá používat ani negativně, ale žádný font s tenkými vlasovými liniemi by v negativní variantě nevypadal o nic lépe. Řekl bych, že Galliard je všestranně použitelné knižní písmo. Má ale určitá omezení, a proto bude v malých velikostech na natíraném papíře lépe vypadat třeba Monotype Plantin.

Nedávno jsem pracoval na patnácti řezech fontu Cheltenham pro New York Times. Cheltenham je poměrně univerzální font, rozdíl mezi tučnými a tenkými tahy není příliš výrazný. Je to robustní, solidně vypadající písmo, ale od té doby, co začaly noviny používat více jeho řezů, nepochybuji o tom, že některé z nich jsou méně povedené. Můžu se mýlit, ale spíš ne. Jeden řez fontu Cheltenham (je to řez o něco málo tenčí, než řez regular) používají New York Times v titulcích recenzí na stránce věnované umění, což je pro něj podle mého názoru naprosto ideální využití. Dnes existuje obrovské množství rodin se spoustou různých řezů, ale ne všechny jsou stejně dobré, přestože každému z nich jejich autor věnoval mnoho času. Je těžké předem říct, jaké řešení bude optimální. Jen díky tomu, že jsem schopen rozlišit všechny řezy použité v Timesech – z nichž každý má naprosto konkrétní účel –, zjišťuji, že mezi nimi mám své oblíbence.

Jak reagujete, když vidíte své písmo v praxi? Musíte je přece vídat dost často.

Když někde vidím své písmo, má to pro mě velký význam. Mám docela štěstí, protože písma, jako je třeba právě zmíněný Galliard, používají často velmi dobří designéři. A písmo vypadá vždycky ještě lépe, když je použito v rámci dobrého designu. Samozřejmě, že jsem byl už i párkrát zklamaný. Článek v časopise vysazený negativně devítibodovým Galliardem, to je průser. Když něco takového vidíte, otráví vás to, protože to prostě muselo dopadnout mizerně. A i když za to může špatný úsudek grafika časopisu a není to tak úplně moje chyba, vždycky trochu skřípu zuby.

Písma jsou syrový materiál. Kromě fontů navržených pro konkrétního klienta pouští designér písmo většinou do neznáma. Dnes už se grafičtí designéři víc zabývají souvislostmi, víc je zajímá, kdo je klient. Začínají vznikat určité morální zábrany a já si toho vážím. Vím, jak může být designér vnitřně rozpolcený, když vezme zakázku od firmy, s jejímiž aktivitami nesouhlasí ať už z politických, náboženských, nebo morálních důvodů. Pro typografa je to ještě těžší, protože většinou neví, kdo a jak bude jeho font používat.

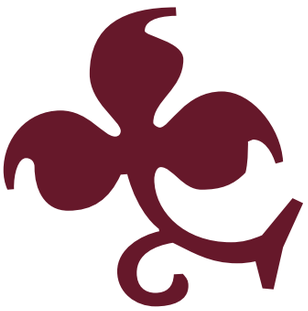
Před mnoha lety se mi stala dost komická věc. Americká organizace Surgeon General pořádala informační kampaň, která se dostala do všech domácností v USA, byla to jedna z největších vládních kampaní svého druhu v americké historii. Šlo o brožuru upozorňující na rizika AIDS, a ta brožura byla vysazena písmem Galliard. Za několik dní na to se můj známý vrátil z konference v Las Vegas a přivezl mi leták s reklamou na bordel v Nevadské poušti kousek od Las Vegas, který byl také vysazen Galliardem. Vynikající publikace varující před AIDS a reklama na bordel, obojí vysazené stejným písmem – a co s tím nadělám? Mohlo by se stát, že mi zavolá vydavatel nějakých novin a řekne: „Chceme vám zadat výrobu nového písma." A já řeknu: „Ne, protože se mi nelíbí vaše politika." Nikdy se mi to nestalo, ale mohlo by, no ne?

Zdá se, že jste už úplně upustil od tvorby módních skriptů.

Ale já bych rád zase nějaký udělal! V Linotype jsem navrhl skripty Snell a Shelley. Dnes se zdá, že design skriptů je záležitostí typografů s kaligrafickými

♣SOPHIA♣

AABCCDEEFFGGHHIIJJKKLLMMNOPQRRSTTUVWXXYZÄÅÅÀÃÂÁÇÉËÈÊ
ÑÖÓÔÒÕŸÝÍÎÏÌÜÚÛÙÐŁŠŽ 1234567890ŒÆ&ΣΠΩ
ª º + © ← → ~ × • ƒ ÷ « ' (* »)!#$%£‹ › ¢ § · , ; : ⁝ < ‡ ¶ ° ♣



SOPHIA HAS TEN JOINING CHARACTERS: CEFGHLRTTZ
THAT FUSE WITH OTHER LETTERS TO FORM LIGATURES. FOR EXAMPLE C+A= CA

CA CA CÆ EC EE EE EG EO EQ ET
FC FE FE FG FO FQ FT GC GE GE GG GO GQ
HC HE HE HG HO HQ LA LA LL LS LZ RA RA RÆ ST
TT TV TW TY TZ VT WT YT ZA ZA ZÆ ZS ZT ZZ

SOPHIA WAS DESIGNED BY MATTHEW CARTER.
IT WAS SUGGESTED BY HYBRID ALPHABETS OF CAPITALS, UNCIALS AND GREEK LETTER-FORMS FROM 6TH-CENTURY CONSTANTINOPLE.
SOPHIA WAS FIRST SHOWN, TOGETHER WITH FACES BY ZUZANA LICKO & ED FELLA, IN 'DESIGN QUARTERLY' № 158.

SOPHIA IS A TRADEMARK OF CARTER & CONE TYPE INC.
COPYRIGHT © 1993 CARTER & CONE TYPE INC.
ALL RIGHTS RESERVED. PRINTED IN USA

CARTER & CONE TYPE INC.
2155 MASSACHUSETTS AVENUE, CAMBRIDGE, MA 02140
TELEPHONE 800 952 2129 AND 617 576 0398
FAX 617 354 4146

✖ *Do you see a lot of your work in use? How do you react when you see your typefaces in use? There's got to be plenty of them.*
The whole experience of seeing the faces that I have designed in use has been a very rewarding one. I have been lucky because faces like Galliard have been used by very good designers. Some typographers have done wonderful things with them, made the face look good by using it so well. Of course there have been disappointments. When you see that a magazine has set something in Galliard at 9 pt and reversed it out of black so it looks like shit—this really annoys you because that had to fail. That's bad judgment on the part of the designer of the magazine. It's not really my fault but I grind my teeth a little bit.
Typefaces are raw material. Except for those designed for a specific client, typefaces just go out there into the void. Currently, a lot of soul-searching is happening among graphic designers. They are more concerned about the contents, about who the client is. There is a little more moral concern about the profession, and I admire that. I can see how graphic designers can be torn if they are approached by a company they disapprove of for political or religious or moral reasons. To have that kind of attitude is very difficult for a type designer because mostly, you don't know how your work will be used.
A very comical thing happened to me many years ago. The U.S. Surgeon General organized a mailing that went to every American household—it was one of the biggest government mailings in American history. It was a booklet about the dangers of AIDS and they happened to have used Galliard. Within a few days, a friend of mine who had been at a conference in Las Vegas came back with one of the fliers that advertise whorehouses in the Nevada desert outside Las Vegas. It was set in the same typeface, in Galliard. A very admirable publication warning of the dangers of AIDS and a promotion for a whorehouse both set in the same typeface—what am I supposed to do about that? It could happen that I got a call from a publication that said, "We want to commission a new typeface," and I say, "Well, I'm sorry but I don't really like your politics." It has never happened to me, but it could.

✖ *At some point you seem to have stopped making fancy scripts.*
I would love to do another one! Snell and Shelley happened in my Linotype days. Today, the design of script faces seems to have become the province of designers who have calligraphic backgrounds. Particularly the informal scripts, which tend to sell very well. You can understand calligraphy—by that I mean the gesture of how the pen forms letters—without being able to do it yourself, which is my case. I would drive myself mad if I had to produce one of these script letters with a pen.

✖ *Really?*
Yeah. It would be very hard for me to do that. I just don't have the motor skills. So I just drew them.

No thanks to me

✖ *Quite early on, you started working on Greek typefaces. When I went to Thessaloniki last year, I was walking around with Gerry Leonidas and I noticed that ITC Souvenir Greek is hugely popular. It seems that Souvenir Greek serves a similar role in Greece as Cooper Black does in the United States or Western Europe.*
In North America, you don't see Souvenir very often anymore. It had an amazing fashion when it first came out, but you don't see it much these days. But you see the Greek still, do you?

✖ *Yes, a lot. It has this soft, friendly look... How come you started with the Greek?*
In the original Linofilm machine, the prism that exposed the letters onto the film traveled constantly backwards and forwards. In the mid-1970s, Linotype came out with this new machine, the VIP, in which the prism was driven by a stepping motor: an electric motor to which you can send a pulse or multiple pulses. With a stepping mo-

tor, you can move the prism along but you can also leave it standing still, which means you can have a zero-width character.
With the VIP, you could do things like polytonic Greek or even Devanagari, which were impossible on the original Linofilm because of its constantly moving lens. So before the VIP came out, there was no photocomposition equipment in Greece at all. Linotype had a very energetic sales agent in Greece, Costas Chryssochoides, who quickly realized the potential of the virgin market. The only problem was, there were no Greek typefaces. Linotype took a deep breath and said, "We think the equipment sales there will justify investing money to produce a few Greek typefaces." So I went a number of times to Athens.
Greece in the mid-1970s was very westward-looking, and prospective customers for the VIP told us, "We need Greek Souvenir, we need Greek Baskerville," etc. My task was to produce these Greek versions of pre-existing Latin types. We started, inevitably, with Helvetica Greek. Then we did some faces that haven't endured so well, serif faces like Baskerville and Century. In 1995, twenty years after I had done all of this work, there was a splendid conference in Athens. It was the first time I had been back to Greece. It was very good for my ego. It looked that Costas captured the market in time: the use of these faces in Greece was extremely widespread.

✖ *You said that Baskerville and Century Greek didn't endure so well?*
We made the Greek versions of Baskerville and Century look like the Roman and Italic versions of those faces, because the clients insisted on them—their ideas about Greek type were entirely expressed as versions of Latin faces. Now that has changed, very much for the better!
By the time I went to this conference in 1995, there was quite strong reaction against the serif types. The culture has changed and contemporary Greeks, who developed an interest and taste in typography, looked into their own typographic history and found that these serif faces we did were a kind of typographic imperialism: Latin ideas stamped onto the Greek letterforms. It seems that the sanserifs we did have left a longer-lasting positive impression. My understanding is that even today, Helvetica Greek occupies a similar, central place in Greece that Helvetica occupies in our culture. Optima Greek, which Hermann Zapf designed and for which I made the production drawings, also lasted very well.
The Greeks are great newspaper readers. They consume a lot of type, so their typographic taste has evolved in those twenty years. Now, as you know, there are many Greeks designing type, and will obviously do a very much better job than I could ever do. But I'm interested to hear that Souvenir Greek seems to have survived.

✖ *I think the flair of American culture that Souvenir brings may still be acceptable or even interesting in the display context. Typefaces for body text are usually required to be culturally native to the reader. Since Greek readers have a stronger notion of their own cultural identity now, they dislike Baskerville Greek as it lacks the "crystal goblet" quality. But with display faces such as Souvenir...*
...people are probably more tolerant.

✖ *You have worked on Greek type later as well?*
While I did study classical Greek as a schoolboy, I don't retain much of that, I don't speak Greek. But I do feel fairly comfortable with Greek type as a result of designing a number of different styles. When it came to doing

↑ **Flamande, 1996. A Textura blackletter in the style of the 16th century Flemish punchcutter Hendrik van den Keere. Photographed at Bitstream by Steve Marsel. (The photograph was taken at Bitstream by Steve Marsel.)**
Flamande, 1996. Textura ve stylu písem vlámského tiskaře Hendrika van den Keere, který žil a tvořil v 16. století. Fotografoval Steve Marsel v písmolijně Bitstream.

schopnostmi. Hlavně neformální skripty, které se velmi dobře prodávají. Kaligrafii (myslím způsobu, jak pero vytváří tvary znaků) můžete rozumět, aniž byste ji sami byli schopni vytvářet, což je můj případ. Já bych zešílel, kdybych musel vytvořit kaligrafickou abecedu ručně.

Vážně?
Ano. Bylo by to pro mě strašně náročné. Nemám zkrátka ty motorické schopnosti, už jsme o tom mluvili.

NE MOJÍ ZÁSLUHOU
Poměrně brzy jste začal pracovat na řeckých fontech. Když jsem byl loni v Soluni, všiml jsem si při procházce s Gerry Leonidasem, že váš ITC Souvenir Greek je tam velmi populární. Zdá se, že Souvenir Greek má v Řecku stejnou roli jako Cooper Black ve Spojených státech nebo západní Evropě.
V Severní Americe už na Souvenir moc často nenarazíte. Byla to svého času veliká móda, ale už to odeznělo. Říkáte, že řez Greek ještě k vidění je?

Ano, a často. Je takový měkký a přátelský... Jak se vůbec stalo, že jste začal s řečtinou?
U původního Linofilmu se čočka, která exponovala písmena, stále posouvala dopředu a dozadu. V polovině sedmdesátých let přišel Linotype s novým strojem, s VIP, o kterém jsme už mluvili. V něm byla čočka poháněna krokovým elektrickým motorem, který můžete ovládat impulzem nebo sledem impulzů. Díky krokovému motoru můžete čočkou pohybovat, ale můžete ji také zastavit a exponovat tak znak s nulovou šířkou. Díky VIP můžete sázet polytonickou řečtinu nebo dokonce devanágarí, což bylo s původním Linofilmem nemožné kvůli jeho stále se pohybující čočce. Takže před nástupem VIP v Řecku nebylo vůbec žádné zařízení na fotosazbu. Linotype měl v Řecku velice energického obchodního zástupce Costase Chryssochoidese, který rychle odhalil potenciál dosud neobsazeného trhu. Jediným problémem bylo, že pro sazbu řečtiny neexistovala žádná písma. Linotype se rozhodl, že zisk, který v Řecku utrží, stojí za investici do několika řeckých písem. Tak jsem se párkrát vypravil do Athén. Řecko bylo v polovině sedmdesátých let velice prozápadně orientované a potenciální zákazníci VIP nám říkali: „Potřebujeme řecký Souvenir, potřebujeme řecký Baskerville..." Mým úkolem bylo vytvořit řecké verze již existujících latinkových fontů. Nutně jsme museli začít s fontem Helvetica Greek. Pak jsme pokračovali s fonty, které neměly tak dlouhou životnost, patkovými písmy jako Baskerville a Century. V roce 1995, dvacet let poté, co jsem tuhle práci dokončil, se v Athénách konala skvělá konference. Bylo to poprvé od té doby, co jsem se vrátil do Řecka, a pro moje ego to byl balzám. Vypadalo to, že Costas zastavil čas na trhu s fonty, protože moje písma byla v Řecku naprosto všude.

Big Caslon

→ **Big Caslon, 1994. Based on the three largest sizes of Roman from the 18th century Caslon foundry in London. From a specimen book by Carter & Cone.**
Big Caslon, 1994. Písmo založené na třech největších velikostech základního řezu písma, používaného v londýnské písmolijně Caslon v 18. století.

Greek for Verdana or Georgia, I felt I could fly solo, though I believe that Microsoft showed the faces to Gerry Leonidas, very sensibly.

✖ *What about the Cyrillics? Practically your debut in this alphabet, Georgia, is one of the best Cyrillic typefaces that exist today, exceptionally well-designed. It has been awarded by a Russian jury in the "Kyrillitsa 99" competition, along with Verdana Cyrillic.*
When it came to doing Cyrillic for those faces, I absolutely did not have that kind of experience in the past so I had to throw myself on the mercy of Maxim Zhukov, the typographic coordinator at the United Nations in New York, and an expert in Cyrillic type. He looked over my shoulder when I was doing the Cyrillics for Microsoft. If I did a Cyrillic now, I would probably have a better idea as a result of my work with Maxim, but I still don't feel comfortable doing a Cyrillic from start to finish by myself. Interestingly, the Cyrillic that I've not had much to do with, is a Cyrillic version of the face I designed called ITC Charter. The Cyrillic was designed by Vladimir Yefimov at ParaType in Moscow. I've been told by Maxim and by others that Charter really converts to Cyrillic particularly well. I take no credit for this because Cyrillic was never in my mind when I was designing Charter in the first place. ParaType sent me proofs—all I could say was, "It looks fine to me, but don't trust my eyes." It's now being used for the Russian edition of Robert Bringhurst's book and various other publications. I'm delighted though I can't tell what exactly the qualities are in the Latin version that adapt well. If someone asks me for a recommendation of a Cyrillic face, I say, "I am told that Charter Cyrillic has come out particularly well. No thanks to me."
✖ *You haven't done many sanserif faces.*
No... Early on, I did Helvetica Compressed. Then Bell Centennial, Verdana. I designed Skia, which was originally a TrueType GX font for Apple. Last year, I released the one regular version in PostScript format. It has done so well at MyFonts that I'm now producing it as a series of PostScript fonts with seven different weights plus wide and narrow versions.

✖ *Skia is a very versatile design. I always judge sanserifs by their heaviest weights—it's easy to make an elegant thin sanserif but the very bold cuts are a challenge. The very bold versions of Skia are quite distinctive but still work very well. You don't seem to lack proficiency in sanserifs. How come you haven't made more?*
I don't know... In my Linotype days I had considerable input into the development program, but I couldn't just get up and say, "Okay, I'm going to do a sanserif now". We had to respond to specific requests from the customers, or we did what we perceived as marketing opportunities. Since having my own company, Carter & Cone, I have done some speculative design but mostly my work has been in response to custom orders. When Microsoft wanted a sanserif, I was delighted—that's how Verdana, Tahoma and Nina happened—but most of the commissions I have had have been for serif text types.
If I had nothing to do and if Skia didn't exist, I would probably embark on a sanserif family. They always sell better than anything else in the retail market. If you ask David, Cyrus, Jonathan or Tobias, those big families of coordinated weights and widths like Interstate, Gotham or Knockout are fabulously profitable. If you invest the time in them, they do better than almost anything else. Script typefaces also do very well. When I look at The Font Bureau best sellers, I'm very gratified that Miller, a serif type, is even in the top 10!

Let's massage Verdana

✖ *How come that there are so many common design features in Nina and Bell Centennial? Nina was the third in the screen font series, after Verdana and Tahoma, and it kind of closed a loop.*
When I embarked on Verdana, the problem was very different from the problem I had confronted with Bell Centen-

72 pt. THE CONCERT room had both an organ and a harpsichord, refreshments on a sideboard, and excellent home-brewed ale. Guests left

at twelve, to walk 60 pt. safely home under a full moon. This picture of Caslon's comfortable and cultured domestic life is reflected in his types, or rather in the harmonious smaller sizes it is.

48 pt. THE BIGGER faces are oddly different in style. In his 1734 specimen Caslon showed several titling caps. Some of these were later given lowercases, one being adopted from an older face by Joseph Moxon. Of the sturdy romans that resulted, the two largest are particularly

vigorous. Perhaps they were 36 pt. cut by the master himself in a funkier mood, or by William the younger, a chip off the old block, who joined the family foundry in 1742 and later cut a number of gargantuan poster types. Or could they be much older in origin, like Moxon's 17th century face? Caslon's text types, unequalled in legibility, have often been revived; but the display sizes, forceful and a touch eccentric, have had no digital version up till now.

nial back in the late 1970s. But there are probably lessons learnt in Bell Centennial that re-surfaced in the design of Verdana—maybe not even consciously. The forms of the figures and of the lower-case are fairly open because in Bell Centennial we found that was a huge advantage over the sort of Helvetica-like, curving-inward forms. Verdana was intended for continuous text on screen, reading and writing text. Tahoma was for the menus because Verdana was a little wider, on average, than the old Microsoft user interface font MS Sans.
When the hand-held devices came along with the really tiny screens, Microsoft was very concerned with the screen real-estate. I hacked some bitmaps for a condensed version of the basic Verdana and Tahoma design and the usability department at Microsoft did some quite elaborate testing with users to whom they gave samples of normal-proportion type and this very condensed version that was eventually called Nina. To everyone's surprise, there was no real loss of legibility with the condensed typeface. Most well-trained typographers would be immediately suspicious, but it really worked in the narrow constraints of the tiny screens. Microsoft was encouraged by this, so I completed the Nina bitmaps and then made the outlines for it.

✖ *I know that some users of the Microsoft screen fonts expressed their gratitude...*
In November 2001, I took part in a fabulously well-organized and well-attended graphic design conference in Buenos Aires. Outside the auditorium, big sheets of paper had been put up on a wall as a notice-board for messages. A web designer named Saul, whom I never met, had written on this: "Carter: Gracias por la Verdana." I was touched because type designers are seldom thanked in person for their efforts. You sent me e-mail once saying that you liked Nina and I was very pleased by that.

✖ *I'm a great fan of Nina! It took me several years to squeeze a review copy out of Microsoft. I have been using Nina ever*

Řekl jste, že Baskerville a Century Greek měly krátkou životnost?
Navrhli jsme řecké verze k Baskerville a Century, které vypadaly jako latinka, a kurzivní řezy, protože na tom klient trval – jejich přístup k řeckému písmu byl takový, jako by se jednalo o další řezy latinkového písma. Teď už se to ale hodně zlepšilo. Když jsem v roce 1995 přijel na zmíněnou konferenci do Athén, zjistil jsem, že Řekové velice brojí proti patkovým písmům. Kulturní prostředí se změnilo, zvýšil se zájem o typografii a zlepšil se typografický vkus, takže patková písma – tedy latinkové prvky naroubované na řecké tvary znaků –, která jsme před dvaceti lety navrhovali, chápou dnešní Řekové jako jistý druh typografického imperialismu. Naše bezpatková písma naopak zřejmě zanechala pozitivní dojem. Domnívám se, že i dnes zaujímá Helvetica Greek v řecké typografii stejné postavení jako Helvetica u nás. Optima Greek, kterou navrhl Hermann Zapf, a pro kterou jsem já dělal technickou dokumentaci, je také ještě v kurzu. Řekové jsou velcí čtenáři novin. Jsou tedy pořád obklopeni písmem a jejich typografický vkus se za těch dvacet let výrazně vyvinul. Jak víte, dnes je hodně řeckých designérů písem, a těm samozřejmě jde práce s řeckými fonty daleko lépe než mně. Ale rád slyším, že Souvenir Greek se pořád používá.

Myslím si, že to tušení americké kultury, které v sobě skrývá Souvenir, je akceptovatelné, nebo i zajímavé na úrovni titulků. U textových písem je ale obvykle brán ohled na kulturní souvislosti. Jestli, jak říkáte, mají dnes Řekové větší povědomí o své kulturní identitě, nesnášejí Baskerville Greek, protože to prostě není žádná perla. Ale k titulkovým fontům, jakým je třeba Souvenir...
...jsou lidé asi tolerantnější.

Pracoval jste i později s řeckým písmem?
Ačkoli jsem ve škole studoval klasickou řečtinu, moc mi z ní nezbylo, ani řecky nemluvím. Ale řecké písmo pro mě není problém, protože jsem už navrhoval mnoho různých fontů. Když došlo na řečtinu pro fonty Verdana a Georgia, měl jsem dojem, že to klidně zvládnu sám, ale myslím, že Microsoft stejně tajně všechno konzultoval s Gerry Leonidasem.

A co azbuka? Georgia – váš debut –, je jedním z nejlepších současných azbukových písem. Byla dokonce oceněna ruskou porotou v soutěži „Kyrillitsa 99" společně s azbukou fontu Verdana.
Když jsem dostal zakázku na azbuku ke zmíněným řezům, neměl jsem s touto abecedou žádnou zkušenost, takže jsem byl vydán na milost a nemilost Maximu Žukovovi, tehdejšímu typografickému koordinátorovi OSN v New Yorku, který je expertem na azbuku. Díval se mi přes rameno, když jsem pracoval na azbuce pro Microsoft. Kdybych dělal znovu azbuku, asi bych se už díky Maximovi cítil jistější, ale dodnes nerad dělám celou azbuku od začátku do konce sám.
Je zajímavé, že azbuka, se kterou jsem neměl mnoho do činění, je azbuková varianta fontu ITC Charter. Azbuku navrhoval Vladimir Jefimov z moskevského ParaType. Maxim i ostatní mi říkali, že k Charteru půjde velmi dobře vytvořit azbuka, ale já tomu moc nevěřil, protože jsem s azbukou při práci na Charteru nepočítal. Z ParaTypu mi pak poslali vzorky, ale mohl jsem říct jen tolik, že podle mě vypadá dobře, jenže v tomhle případě se mým očím nedá věřit. Nakonec s ní vysadili ruské vydání knihy Roberta Bringhursta a mnoho dalších publikací. Jsem rád, ačkoli nejsem schopen říct, díky jakým prvkům v latince bylo možné Charter tak dobře upravit. Když mě někdo poprosí, abych mu doporučil nějaké azbukové písmo, říkám mu: „Charter v azbuce prý vyšel velice dobře. Ne mojí zásluhou."

Vy jste nedělal moc bezpatkových písem.
Ne... Kdysi jsem navrhl Helvetiku Compressed. Potom Bell Centennial, Verdanu, taky font Skia. Ten

WALKER

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ÄÅÂÁÀÃÇÑÊÉËÈÌÍÎÏÖÕÓÔÒÚÛÙŸ
GCRSLK27&MEHEWNEMBŒ
1234567890$%&#*+@©←→~

WALKER, A TYPE DESIGNED FOR THE GRAPHIC IDENTITY OF THE WALKER ART CENTER, HAS FIVE DIFFERENT KINDS OF "SNAP-ON" SERIF THAT CAN BE ADDED TO LETTERS AT WILL BY THE USER.

↓ **Pages from the Walker Art Center's monthly Calendar, 1995.**
Stránky z kalendáře Walker Art Center, 1995.

since as my default user interface font on my high-resolution notebook screen. I use Nina at 14 pixel-per-em instead of the default 11 ppem Verdana, which gives me the same text width but larger type. Verdana and Nina work splendidly together.

Microsoft never made much fuss about Nina. Internally they were very enthusiastic but it never got much attention outside—probably because not many devices that use the font are available. When some smart watches that use Nina went on the market about a year ago, there was a review in the New York Times that mentioned that these watches were very legible. I was quite pleased to read that.

✖ *Recently, you continued with the expansion of the Verdana—Tahoma—Nina series when you worked on the Japanese Meiryo font?*

Yes, the ClearType technology appeared that has made such a difference to screen rendering. As you know, the spatial resolution of computer screens hasn't moved a hell of a lot since the personal computer arrived. The 250 dpi screens still cost tens of thousands of dollars—they are used in the medical profession but have not found their way onto the normal desktop. With Verdana, Georgia, Tahoma, Nina, I followed the procedures of designing the bitmaps first, and then wrapping the outline around them. Since ClearType does this brilliant job of enhancing the photometric resolution, the necessity of "pre-hinting" the most crucial sizes went away.

Most importantly, ClearType made Japanese in small screen sizes possible at all. Unless you have that enhanced resolution, or the appearance of enhanced resolution, the complexities of kanji just aren't doable on the screen. When Microsoft developed ClearType, they decided to undertake Meiryo, a new Japanese typeface optimized for the new display technology. Microsoft hired Eiichi Kono, an old friend of mine, to guide this project. He recommended C&G, a vendor in Japan to produce the Japanese.

All Japanese typefaces have what they call romaji, the Latin alphabet. In the past, the relation between kanji and romaji was often poor. Eiichi master-minded the idea of developing both the Japanese and the romaji in concert. He thought that Verdana stylistically was a good match, but almost everything about Verdana was dimensionally wrong—it was the wrong weight, the wrong size, the wrong alignment, the wrong width. So my design brief from Eiichi was, "Let's take Verdana and massage it so it works as well as it possibly can alongside the Japanese." And I produced a new version of Verdana, you might say. It has a different name, but structurally it's very close.

Bolder but no wider

✖ *Some of the typefaces that you made come as a surprise, like the Flamande Backletter. It looks like one morning, you woke up and thought, I haven't designed any blackletter yet so I will make one.*

That's exactly right. I feel that a good type foundry should have one of everything. I love blackletter. I've always been very attracted to it despite its strange history. So I did do one just for my own recreation.

✖ *I once worked on a massive project of designing and adding the euro symbol to 500 typefaces. I was the font technician while a type designer was drawing the euro symbols. I asked him if I could draw ten or so myself, and I indeed picked one of everything, including an old-style roman and italic, a transitional, a modern, two sanserifs, a crazy script and a blackletter.*

byl původně ve formátu TrueType GX firmy Apple, loni jsem vydal jeden řez v postscriptovém formátu: na MyFonts si vedl tak dobře, že teď připravuji rodinu postscriptových fontů o sedmi různých tloušťkách plus rozšířené a zúžené řezy.

Skia je univerzální font. Bezpatková písma vždycky soudím podle nejsilnějších řezů – není těžké navrhnout elegantní tenké bezpatkové písmo, ale velmi tučné řezy jsou tvrdý oříšek. Velmi tučný duktus fontu Skia je hodně odlišný, ale funguje dobře. Nezdá se, že by vám v oblasti bezpatkových písem chyběla odbornost. Jak to, že jste jich tedy nevytvořil víc?

Nevím... Když jsem pracoval v Linotype, měl jsem značný vliv na dění ve firmě, ale nemohl jsem jen tak z ničeho nic říct: „Teď udělám bezpatkové písmo." Museli jsme reagovat na konkrétní požadavky zákazníků, nebo jsme se zabývali tím, co jsme považovali za dobrý marketingový tah. Od té doby, co mám vlastní společnost, dělal jsem i několik návrhů pro sebe, ale většinou pracuji na objednávku. Když si Microsoft objednal bezpatková písma, měl jsem radost (tak vznikla Verdana, Tahoma a Nina), ale většinou si u nás zákazníci objednávají patková textová písma.

Kdybych neměl nic na práci (a kdyby už neexistovala Skia), asi bych se pustil do rodiny bezpatkových písem. V maloobchodě se vždycky prodávají nejlépe ze všeho. Když se zeptáte Davida, Cyruse, Jonathana nebo Tobiase, potvrdí vám, že velké rodiny jako Interstate, Gotham, nebo Knockout jsou úžasně ziskové. Pokud do nich už investujete čas, jdou pak skvěle na odbyt. Stejně je tomu se skripty. Když se podívám na žebříček deseti nejprodávanějších fontů u Font Bureau, mám vždycky radost, že se tam Miller (tedy patkové písmo) vůbec dostal!

MASÍRUJME VERDANU

Jak to, že je v písmech Nina a Bell Centennial tolik společných prvků? Font Nina byl třetím ze série fontů pro monitor po písmech Verdana a Tahoma a svým způsobem uzavřel jednu etapu.

Když jsem začal pracovat na fontu Verdana, řešil se jiný problém než na konci sedmdesátých let, kdy jsem navrhl Bell Centennial. Ale z Bell Centennial jsem se asi v určitých věcech poučil a při práci na Verdaně jsem si to – možná podvědomě – vybavil. Tvary čísel a minusek jsou poměrně otevřené, což jsme u Bell Centennial shledali jako velkou výhodu ve srovnání s uzavřenějšími tvary podobnými Helvetice. Verdana byla původně určena ke psaní a čtení dlouhých textů na monitoru a Tahoma měla sloužit jako font pro menu, protože Verdana byla o něco širší než předchozí font MS Sans, který Microsoft používal pro uživatelské rozhraní.

Když se objevily kapesní počítače, Microsoft se začal intenzivně zabývat zobrazováním textu na miniaturních displejích. Načmáral jsem si pár skic pro zúžené bitmapové písmo vycházející z designu Verdany a Tahomy a odpovědné oddělení v Microsoftu provedlo důkladné testy na uživatelích, jimž dali vzorky fontů normálních proporcí a této velmi zúžené varianty, později nazvané Nina. Kupodivu u zúženého fontu nedošlo k žádnému zásadnímu omezení čitelnosti. Většina zkušených typografů teď bude podezíravá, ale opravdu to na malých displejích fungovalo. To Microsoft povzbudilo, takže jsem dokončil bitmapy pro font Nina a potom i odpovídající obrysové písmo.

Někteří uživatelé fontů pro monitory od firmy Microsoft vám byli opravdu vděční...

V listopadu 2001 jsem se zúčastnil skvěle zorganizované grafické konference v Buenos Aires. Před konferenčním sálem byly na zdech napjaté obrovské plachty papíru jako nástěnka pro vzkazy. A tam jsem našel vzkaz od jistého web designéra Saula, který zněl: „Carter: Gracias por la Verdana." Byl jsem dojatý, protože typografovi se málokdy stane, že by mu někdo poděkoval za jeho snahu. Vy jste mi ale také jednou udělal radost, když jste mi poslal mail, kde jste psal, že se vám líbí Nina.

Já jsem velký fanoušek Niny! Trvalo mi několik let, než jsem ji z Microsoftu vymáčknul na recenzi. Od té doby používám font Nina jako výchozí font uživatelského rozhraní na displeji notebooku s vysokým rozlišením. Používám Ninu ve čtrnáctibodové velikosti místo jedenáctibodové Verdany, díky čemuž text o stejném rozsahu vypadá větší. Verdana a Nina jdou skvěle dohromady.

Microsoft nikdy nedělal kolem fontu Nina velký rozruch. Uvnitř firmy z něj byli nadšení, ale venku nikdy nebudil příliš velkou pozornost – asi proto, že není moc zařízení, kde by byl font Nina nainstalován. Když se loni na trhu objevily nějaké chytré hodinky, které používají písmo Nina, v recenzi v New York Times jsem se dočetl, že ty hodinky jsou dobře čitelné. To mě potěšilo.

Nedávno jste sérii Verdana – Tahoma – Nina ještě rozšířil o japonský font Meiryo...

Ano, nástup technologie ClearType způsobil obrovskou změnu ve vykreslování písma na obrazovce. Jak víte, rozlišení monitorů se od nástupu osobních počítačů nijak zvlášť nezměnilo. Monitory s rozlišením 250 dpi pořád stojí desítky tisíc dolarů a používají se převážně v lékařství, ale na normální pracovní stůl se ještě nedostaly. U Verdany, Georgie, Tahomy a Niny jsem nejprve navrhl bitmapy a až později jsem dokreslil obrysy. Protože ClearType výborně zvyšuje fotometrické rozlišení displeje, odpadá nutnost cizelovat klíčové velikosti písma. Nejdůležitější je, že technologie ClearType vůbec umožnila použití japonštiny na malých monitorech. Pokud nemá váš monitor vysoké rozlišení, není možné znaky kanji pro jejich složitost vůbec zobrazit. Když v Microsoftu vyvinuli ClearType, rozhodli se vytvořit nové japonské písmo Meiryo optimalizované pro tuto technologii. Microsoft najal mého dávného přítele Eiichiho Konoa, který si vzal projekt na starost a doporučil ke spolupráci na tvorbě japonských znaků firmu C&G.

Všechna japonská písma obsahují romaji, tedy latinkovou abecedu. V minulosti býval vztah mezi kanji a romaji minimální. Eiichi dotáhl myšlenku souladu mezi kanji a romaji k dokonalosti. Domníval se, že Verdana by se k tomuto účelu hodila, ale zjistili jsme, že má naprosto nevhodné proporce – měla špatnou tloušťku, špatnou velikost, špatné zarovnání, špatnou šířku. Od Eiichiho jsem tedy dostal zadání ve smyslu: „Vezměte Verdanu a masírujte ji, až vytvoří s japonštinou dokonalou harmonii." A tak jsem vytvořil, dalo by se říct, úplně novou Verdanu. Má jiné jméno, ale strukturálně je velice podobná.

TUČNĚJŠÍ, ALE NE ŠIRŠÍ

Některá z vašich písem mohou leckoho překvapit, třeba Flamande Backletter. Zdá se, jako byste se jednou ráno probudil a řekl si: Ještě nikdy jsem nedělal žádné lomené písmo, tak si teď jedno vyšvihnu.

Přesně tak. Mám pocit, že dobrá písmolijna by měla mít ode všeho něco, a já lomená písma zbožňuji. Vždycky mě velice přitahovala navzdory své podivné historii. Tak jsem si jedno opravdu udělal jen tak, abych se zrekreoval.

Jednou jsem pracoval na mamutím projektu, kdy bylo třeba do pěti set fontů doplnit znak eura. Já jsem měl na starost technologickou

MILLER

Miller Display Roman ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Miller Text Roman ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

✻0123456789ŒÄÅÀÃÂÁÇÉËÈÊÑÖÓÔÒÕŸÝÍÎÌÏÜÚÛÙÐŁŠŽ

£¢§•&‡¶✻µ¬‰ᵉ~<>#Þ¾Rfflrƒ÷«'(*»)~!?$%£ðß¥µ‹›¢§·,;:†‡©’"'`´^˜¯˘¨…˝ˇ

Miller Display Roman

Miller Text Roman

Miller, 1997. A Scotch Roman with Text and Display cuts. Versions of Miller adapted for newspaper text and headlines were commissioned by The Boston Globe and introduced on September 13, 2000.
Miller, 1997. Skotská antikva obsahující textové i akcidenční řezy. Varianty písma Miller byly adaptovány pro užití v novinovém textu i v titulcích na objednávku deníku The Boston Globe a byly tam poprvé uvedeny 13. září 2000.

Miller Display Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Miller Display Light Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Miller Display Roman
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Miller Display Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Miller Display Semibold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Miller Display Semibold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Miller Display Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Red Sox outslug Indians, 8-6, pick up ground in wild-card race — F1

The Boston Globe

Wednesday, September 13, 2000

A lost art on campaign trail

In the long history of political slogans, Gore and Bush come up short

Suit argues mayor OK'd linkage deal

S. Boston trust, Kelly try to keep waterfront pact

To our readers

A lab report fuels Horton case debate

Inside Today

Return to Auschwitz

Name that asteroid

Beyond athletics

Heating oil crunch

Like these apples?

FLASH FLOOD — A pedestrian crossing the cascades of water yesterday on Washington Street after a water main broke in Dorchester. Gallons of muddy water flooded basements and blew out windows in 20 homes. B2.

Out-of-town trash mounting in Boston

DNA found to predict drug benefit

stránku věci a jeden typograf navrhoval konkrétní znaky. Poprosil jsem ho, jestli můžu pár symbolů navrhnout sám, a vybral jsem si jeden font od každého stylu – renesanční antikvu a kurzivu, přechodovou antikvu, jeden moderní font, dva bezpatkové, výrazný skript a frakturu.
Tak se člověk naučí navrhovat písmo. Pokud chcete pochopit, jak něco funguje, digitalizujete to, rozeberete a složíte a pak se zjistí, jestli vám to jde, nebo ne.
Symboly pro euro není lehké navrhovat, ale musí se prostě udělat. Do starších písem musejí být dodatečně vloženy. Podobný případ je se znakem @, který měl odedávna každý počítačový font, ale nikdo ho nikdy nepoužíval, takže většina fontů měla jen univerzální @, který s celkovým designem písma nijak nesouvisel. Dnes je zavináč v každé e-mailové adrese, což pak vypadá hloupě v případě, že pro některá písma nebyl nikdy pořádně navržen. Já docela rád tyhle divné znaky tvořím, takže jsem se nemusel ve většině případů ke svým starším písmům vracet a doplňovat je.

Naprosto úžasný mi připadá váš font Fenway. Poprvé jsem ho viděl v roce 2000 před konferencí ATypI v Lipsku. Byl jsem tehdy vybrán jako národní delegát za Polsko a psal jsem svou první zprávu. Maxim Žukov navrhoval brožuru delegátů a použil písmo Fenway. Udělalo to na mě dojem, protože jste k němu vytvořil trochu jiné akcenty pro středoevropskou a západoevropskou sadu znaků.
To je pravda. Vytvořil jsem některé CE znaky a často jsem hledal pomoc se sazbou polštiny na vašich stránkách. Pak k němu John Hudson vytvořil něco jako velmi ranou OpenType verzi.
Písmo Fenway jsem vytvořil na zakázku pro časopis Sports Illustrated. Odjakživa používali Times a už je to nudilo. Domnívali se, že Times byl až příliš světlý, a tak mi řekli: „Navrhněte nám nové textové písmo s těmito dvěma podmínkami: za prvé, musí být tučnější a tmavší na stránce než Times; za druhé, editoři i autoři se odmítají vzdát jediného slova, takže nové písmo musí být stejně ekonomické jako Times.“ A já si pomyslel: „Kristepane, to je už příliš, písmo tučnější, ale ne širší než Times!“ Vždycky se mi líbila Fleischmannova písma pro svou malou velikost, takže v písmu Fenway najdete určité podobnosti s Fleischmannem. Myslím, že Fleischmannovi se čitelné fonty v malých velikostech velmi dařily. Fenway je stejně použitelný jako Times a má další výhody. Texty v časopise Sports Illustrated jsou plné čísel, skóre a výsledků, délek a výšek – prostě spousta čísel na každé stránce. Velké verzálkové číslice z Timesu by v textu vypadaly těžkopádně a klasické skákací číslice zase staromódně. Tak jsem pro font Fenway vytvořil trochu hybridní číslice, které jsou na půl cesty mezi těmito dvěma variantami.

Což jste udělal i ve fontech Miller a Georgia.
V případě fontu Miller jsou číslice původní. Skotská antikva, na které je Miller založen, používá tento typ číslic.

Používají Fenway i jiná periodika?
Používá ho BusinessWeek, několik časopisů v Evropě a nově také francouzský Le Monde. Hlavním důvodem pro volbu písma Fenway je vždy to, že se na jednu stránku vejde hodně textu. Navzdory všem současným možnostem vodorovného zvětšování, prostrkávání a zadávání velikostí písma s desetinnými místy a dalším způsobům, jak písmo pokřivit, aby se vám vešlo tam, kam potřebujete, je ještě pořád zájem o písma, která jsou ekonomická svou podstatou. Já vím, že by člověk neměl mít jedno své dítě radši než ostatní, ale já mám Fenway opravdu rád. Při práci na něm jsem měl tak svázané ruce, že se mi opravdu ulevilo, když byla práce hotová, a hlavně když jsem zjistil, že vypadá docela dobře. A jsem rád, že se Fenway líbí vám.

'It's not the sex, it's the sanctimony' Letters, page 15

Comment & Analysis

You have only to march into today's bridal-wear suites to find what lies behind the hyped celebrity nuptials

Wedding tackle

Endpiece Roy Hattersley

Right ideas, wrong man

The SNP's impending defeat will let Blair off the tax hook

'After all, the ghastly figure of the Bride still walks'

As election campaigns get going for Britain's new assemblies, some can foresee a future flashpoint

Soaking the English

Analysis

Pages from Simon Esterson's design of The Guardian newspaper in London, one of the first to use Miller.
Stránky z návrhu layoutu londýnského deníku The Guardian od Simona Estersona. The Guardian byl jedním z prvních deníků, které písmo Miller začaly užívat.

Choices 19 | Cinema 20 | TV review 22 | Satellite, cable, digital 23

guide tuesday

How do you televise things that happened hundreds of years ago? Archaeology and the small screen have never been comfortable bedfellows but producers are now learning how to bring the subject to life. By Dan Chambers

Shooting the past

Passport control

↑ **With Adrian Frutiger and Mike Parker at a Linotype meeting, early 1970s.**
Matthew Carter s Adrianem Frutigerem a Mikem Parkerem na schůzce v Linotype, počátek 70. let 20. století.
↗ **With Jack Stauffacher and Wesley Tanner, San Francisco, 1985, photographed by Bridget Johnson.**
Matthew Carter s Jackem Stauffacherem a Wesley Tannerem, San Francisko, 1985. Foto: Bridget Johnsonová.

That's how you learn as a type designer. If you want to understand how something works: you digitize it, and deconstruct it, and reconstruct, seeing if you can get it right.
Euro symbols are never easy to design. Their basic structure doesn't help but, of course, they have to be done. For older typefaces, they need to be added post-factum. The other thing that has amused me is that every computer font includes what used to be called a commercial at (@). In the old days, no one ever used these things so many fonts just have generic or substituted @ signs that have nothing to do with the overall design of that particular typeface. Today, this character appears in every e-mail address, which is embarrassing for some typefaces that never had properly designed @ signs in the first place.
I quite like doing these odd characters, so in general, I haven't had to go back and redesign the @ signs in my older typefaces.

✖ *One typeface that you did that I find truly amazing is Fenway. I first saw it in 2000 before the ATypI conference in Leipzig. I was appointed the ATypI country delegate for Poland and wrote my very first report in this capacity. Maxim Zhukov designed the country delegates booklet and typeset it using Fenway. I was very impressed because I remember that you made slightly different accents for the Central European and the Western European characters.*
That's absolutely right. I made some CE characters, and I referred to your web site, where you had all that excellent advice about how to do those for Polish. Then, John Hudson made what must have been a very early OpenType version of it.
Fenway was a commission from Sports Illustrated. They had been using Times Roman for as long as they had existed, they got bored with it. They thought Times Roman was a bit too light, so they said to me, "You can design us a new text face on two conditions. One is that it should be heavier, a better color on the page than Times. The other is that the editors and writers refuse to lose any words, so it has to be as economical as Times." I thought, "Christ, that's asking a lot, that it should be bolder but no wider than Times!" I've always liked Fleischmann's faces for small sizes so there are some references to Fleischmann in Fenway. I think Fleischmann was wonderful at doing those tiny faces that were very legible.
It is as efficient as Times, and there are a number of other things about it. The text of Sports Illustrated is full of numbers, averages and scores and results and weights and heights—a lot of numbers on the page. The big lining figures in Times looked so clumsy while the classic old-style numerals might look antiquated. So in Fenway, I did these sort of hybrid, semi-old-style figures.

✖ *Which you also did for Miller and Georgia.*
In the case of Miller these numerals were quite authentic. The Scotch Romans on which Miller is based had that style of figures.

✖ *Did other publications choose Fenway as well?*
BusinessWeek picked up Fenway, a couple of magazines in Europe, and now the French newspaper Le Monde. Every time, this copy-fitting issue has been at the heart of the decision. People like the typeface because it gets a lot on the page. In these days of fractional point sizes, of horizontal scaling, of tracking—all the things you can tweak to make a typeface fit pretty much however you want it to fit—still, there is some interest in a typeface which is inherently economical. While one shouldn't have favorite children, I'm actually quite fond of Fenway. Because it was designed to such a tight brief, there was

↑ **Carter on a tram in Helsinki during the ATypI conference, September 2005. Photographed by Tiffany Wardle.**
Carter v helsinské tramvaji při konferenci ATypI konané v září 2005. Foto Tiffany Wardleová.

↓ → **Excerpt from the ATypI/Graphis book „Language Culture Type“, New York 2002. The book was designed by Maxim Zhukov and uses Fenway as its body typeface.**
Strana z knihy „Language Culture Type“. Knihu vysadil Maxim Žukov písmem Fenway, vydalo nakladatelství Graphis, New York 2002.

ROBERT BRINGHURST

Voices, languages and scripts around the world

I

DROP A WORD in the ocean of meaning and concentric ripples form. To define a single word means to try to catch those ripples. No one's hands are fast enough. Now drop two or three words in at once. Interference patterns form, reinforcing one another here and canceling each other there. To catch the meaning of the words is not to catch the ripples that they cause; it is to catch their interaction. This is what it means to listen; this is what it means to read. It is incredibly complex, yet humans do it every day, and very often laugh and weep at the same time. Writing, by comparison, seems altogether simple, at least until you try.

ROBERT BRINGHURST

Voices, languages and scripts around the world

I

DROP A WORD in the ocean of meaning and concentric ripples form. To define a single word means to try to catch those ripples. No one's hands are fast enough. Now drop two or three words in at once. Interference patterns form, reinforcing one another here and canceling each other there. To catch the meaning of the words is not to catch the ripples that they cause; it is to catch their interaction. This is what it means to listen; this is what it means to read. It is incredibly complex, yet humans do it every day, and very often laugh and weep at the same time. Writing, by comparison, seems altogether simple, at least until you try.

Writing is the solid form of language, the precipitate. Speech comes out of our mouths, our hands, our eyes in something like a liquid form and then evaporates at once. It appears to me that this is part of a natural cycle: one of the ways the weather forms on the ocean of meaning. What else are the words we drop like pebbles in that ocean if not condensing droplets of evaporated speech, recycled bits of the ocean of meaning itself? Yet language can also solidify – into iridescent, sharp, symmetrical crystals, or into structures more like hailstones or shale beds or mud. In solid as in liquid form, the intersecting meanings may reinforce each other or rub each other out.

To bring the metaphor ashore, writing is language *displaced* from the mode of immediate gesture or speech to the mode of the memento – something like the seashells and the driftwood and the footprints on the beach. Writing is leftovers – but of a kind some people prize as highly as they do the original meal or parent organism itself.

And what is language? Language is what speaks us as well as what we speak. Through our neurons, genes and gestures, shared assumptions and personal quirks, we are spoken by and speak many languages each day, interacting with ourselves, with one another, other species, and the objects – both natural and man-made – that populate our world. Even in silence, there is no complete escape from the world of symbols, grammars and signs.

[3]

ATypI použilo znovu Fenway v knize Language Culture Type. Podle mého názoru to byla od Maxima Žukova, který knihu navrhoval, výborná volba. Dokazuje to totiž, že Fenway dobře funguje nejen v časopisech, ale i v knihách. Ostatně rozhodli jsme se, že jím vysadíme i náš rozhovor...

POSUZOVÁNÍ POTENCIÁLU

Dalším vaším želízkem v ohni, které jsme zmínili, je rodina fontů Miller. To musel být obrovský projekt.

Vždycky se mi líbila tzv. skotská antikva. Byla vytvořena v písmolijnách v Edinburku a Glasgowě v letech 1810–1815. V Severní Americe byla velice populární a tam také dostala svůj název. V polovině devatenáctého století dovezla skotskou antikvu jedna písmolijna sem do Bostonu. Jak říkám, skotská antikva se mi vždycky líbila, ale nerozuměl jsem dvěma věcem. Za prvé, když tu byla skotská antikva tak populární, proč pak úplně zmizela? A za druhé, proč ji nikdy nikdo dobře nedigitalizoval? Odpověď na první otázku myslím je, že její roli převzalo písmo Century. Theodore De Vinne měl skotskou antikvu také velmi rád a mám za to, že její vliv na Century je zřejmý na první pohled. Když si písmo Century vybudovalo na trhu stabilní pozici, zaplnilo postupně mezeru po skotské antikvě.
Můj přítel James Mosley, knihovník ze St. Bride Printing Library v Londýně, který je dnes už v důchodu, vždycky skotskou antikvu miloval a podporoval můj zájem o ni. Dokonce o ní napsal studii, kterou jsem četl ještě dřív, než byla vydána. Já jsem nakonec bez jakéhokoli konkrétního záměru začal jednu verzi skotské antikvy digitalizovat sám pro sebe. Pak se ale stalo něco, co ještě několikrát potom – moji práci uviděl Roger Black, který pořád pátrá po nových písmech. Dohodli jsme se k oboustranné spokojenosti na dokončení základního řezu a kurzivy a já jsem začal uvažovat o textovém a titulkovém řezu. Když Roger písmo uviděl poprvé, nebylo ještě zdaleka hotové, ale on ho samozřejmě chtěl „zítra“, takže jsem celou rodinu fontů dokončil s pomocí Font Bureau. Pracovali jsme na ní společně s Tobiasem Frere-Jonesem, Roger ji párkrát použil a pak to začalo.
Ani by mě nenapadlo, že by někdo chtěl to písmo používat v novinách nebo časopisech, ale opak byl pravdou. Vybral si ho londýnský The Guardian a Boston Globe a mnohá další periodika. Existuje také speciální novinová verze nazvaná Miller Daily, kterou z velké části vytvořil Cyrus Highsmith. Ačkoli jsem si myslel, že písmo Miller má své přednosti – skotská antikva je totiž velmi dobře čitelná –, vůbec mě nenapadlo, že úspěch bude tak obrovský. Moc rád bych tvrdil, že jsem to předpokládal, že jsem už dávno prohlásil: „Ano, toto bude vynikající novinové písmo.“ Pravda však je, že mě to ani nenapadlo.

Před několika lety jsem vám ukázal několik návrhů písma jednoho mého kamaráda. Přišlo mi, že jste použil pro vás typickou diplomatickou odpověď. Řekl jste něco jako: „Posuzování komerčního potenciálu maloobchodního prodeje fontů mi nikdy moc nešlo.“ Nevěděl jsem, jestli jste upřímný, nebo jestli chcete vlastně říct „Je to mizerné písmo“, jen nechcete ranit mé city.

Ale já jsem byl upřímný! Většina lidí není schopna předpovídat komerční úspěch. Podívejte se třeba na ohromný úspěch Souveniru a uvidíte, že to byla vlastně obranná reakce proti Helvetice. Helvetica vládla dlouhá léta typografii, zvlášť na téhle polokouli. Pak přišel Souvenir, který byl jejím pravým opakem. Ale protože jsem znal Eda Benguiata a Aarona Burnse z ITC, můžu odpřísáhnout, že neměli ani tušení, že Souvenir bude protipólem Helvetiky. Možná rádi předstírali, že věděli, jaký bude mít obrovský úspěch, ale mezi námi dvěma: nevěděli nic. Kdybych věděl, jak bude font úspěšný, byl bych už dávno rentiérem na Bahamách, a kdybych vě-

ALISAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQR
STUVWXYZ&abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQR
STUVWXYZ&abcdefghijkl
mnopqrstuvwxyz

BIG FIGGINS

ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZ&abcdefghij
klmnopqrstuvwxyz

IONIC

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ&abcdefg
hijklmnopqrstuvwxyz

ROCKY

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXY
Z&abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXY
Z&abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

VICTORIA

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
&12345687890

VINCENT

ABCDEFGHIJKLMNOPQR
STUVWXYZ&abcdefghij
klmnopqrstuvwxyz

WRIGLEY

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVW
XYZ&abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVW
XYZ&abcdefghijklmnopqr
stuvwxyz

a sort of relief that I felt when it was finished, and when it looked that it works out reasonably well. I'm glad you like Fenway.

✖ *ATypI used Fenway again in the Language Culture Type book. I thought it was an excellent choice—again, devised by Maxim Zhukov who designed the book. It proves that the typeface works not only in magazines but books as well. And of course, we have decided to use the typeface to typeset this very interview.*

Judging potential

✖ *Another workhorse that you designed is Miller, which seems to be a huge project.*

I always liked the so-called Scotch Romans. They were developed in Scotland, by foundries in Edinburgh and Glasgow in 1810–1815. They became very popular in North America, where they got their name, Scotch Roman. In the mid-19th century a type foundry here in Boston, Massachusetts, imported the type. I always liked Scotch Roman but I couldn't understand two things. One is why, when they were so popular here at one time, they disappeared completely. And also, why nobody ever made a good digital version. I think the answer to the first question is that its role in life was taken over by Century. Theodore De Vinne liked Scotch Roman very much, and I think you can see some influence of Scotch Roman in Century. Once Century became established, it took over the job that Scotch Roman had done.

My friend James Mosley, the now-retired librarian of St Bride Printing Library in London, had always loved the Scotch Roman faces and supported my interest in them. James had done a study of Scotch Roman that I read before it was published. Off my own hook, I started digitizing a version of Scotch Roman without any aim in mind. Then a thing happened, that has happened more than once: Roger Black saw it. Roger is always on the lookout for new designs. I had done a good deal of work on the Roman and Italic, and I had already decided to do a text and a display cut. On the day that Roger saw the typeface it was not finished enough to be usable, but of course, he wanted it tomorrow, so it was produced with the help of the Font Bureau. Tobias Frere-Jones and I worked on the family, Roger started to use it, and then it caught fire.

I had no idea that anyone would use it in a newspaper or a magazine, but they did! The Guardian in London picked it up, the Boston Globe, and many different newspapers. There is a special newspaper version of it called Miller Daily, which Cyrus Highsmith largely did. It illustrates the fact that while I thought there were virtues in this typeface—Scotch Roman is very readable—I had no idea that it would have the sort of fortunate success that it has had. I wish I could claim that I foresaw this and said, "Oh, this is going to be really good for newspapers and magazines". The truth is that I had no clue.

✖ *A few years ago, I showed you some specimens of a typeface a friend of mine designed. I believe it was as much of a diplomatic answer as you are in general. You said something like, "I'm not very good at judging the commercial potential of retail typefaces." I wasn't quite sure if you were honest or if you meant to say "It's a bad typeface" but did not want to hurt my feelings!*

I was being honest! Most people are not good at foreseeing commercial success. You can look back on the astonishing success of Souvenir, and you can see how it was a reaction against Helvetica. Helvetica ruled typography—particularly in this hemisphere—for a long time.

Then came Souvenir and you couldn't have two more different typefaces. But because I know Ed Benguiat and I knew Aaron Burns, the people at ITC, I can promise you that they had no idea this was going to be the antidote to Helvetica, and that it would have the kind of success it had. They may have liked to pretend that they saw it coming, but—between you and me—they absolutely did not. If I knew what was going to be successful, I would have retired to the Bahamas long ago. If I could tell what typefaces were going to sell very well, those are the only ones I would design. But most of these are very modest in their success. With hindsight, you can sometimes understand a fashion for a typeface like David Siegel's Tekton—I hope Dave still gets royalties from it—but when that took off, it was a surprise.

✖ *What typeface do you use on your business card?*
Boy, what is it? I think it's Miller. And on the back there are a few kanji and katakata characters which I did myself. The Japanese are so fond of business cards. If you have Japanese on your business card it scores a lot of points in Japan.

✖ *Which of your typefaces would you consider the most successful?*
In commercial terms, it's hard to judge because I don't get a royalty for Galliard, I don't get a royalty for Charter, while I do get a royalty for Miller. I don't know how well those faces that I did in the past have done commercially because I have no way of measuring it.
In sales terms, Miller has done outstandingly well. Mantinia continues to sell and Big Caslon sells, but none of them are barn-burners. And Skia! Just on the basis of that single face that MyFonts has, that's given a good return. John Collins of MyFonts had been twisting my arm for ages, since before I was legally allowed to release a PC version of Skia because of the exclusivity contract with Apple. Apparently, there was quite some demand for a PostScript version. At first, you would think the opposite. You'd say, "If you get it for free, why would you want to buy it?" Skia is also used quite a lot on TV. Strangely enough, it's quite legible on the screen, which I didn't anticipate.

✖ *How come that you have been getting royalties only for Miller but not for Shelley, Galliard or Charter?*
When I was working for Linotype, and later for Bitstream, I was an employee. It was only with my own company Carter & Cone, started thirteen years ago, that I made a royalty on Mantinia or on Miller. I was fifty-six years old when I did Mantinia.
Younger type designers such as Cyrus, Jonathan, Tobias or Christian Schwartz may be twenty-six or thirty-six and have already designed good typefaces that are earning royalties. I see no reason why Tobias shouldn't be still earning royalties from Interstate when he's one-hundred-and-six! We have foundries again, such as The Font Bureau—their only business is type so they understand compensating type designers. They share the risks and the rewards. Do you agree?

✖ *I do agree. Otherwise I wouldn't get involved in all the font stuff. I would be...*
A linguist, a professor of linguistics.

✖ *Or building surfboards, or doing something else. I think it is not hopeless. Thank you very much!*
Oh, you're very welcome. It's nice to talk. ✖

↑ **Matthew Carter on the balcony of his apartment in Cambridge, Massachusetts. Photographed by Adam Twardoch.**
Matthew Carter na balkoně svého bytu v Cambridge v Massachusetts. Foto Adam Twardoch.

děl, která písma se budou dobře prodávat, navrhoval bych jen ta. Ale většina z nich má jen velmi skromný úspěch. Při zpětném pohledu někdy porozumíte módní zálibě v písmech, jako byl Tekton Davida
Siegela, ale když se objevilo, bylo to překvapení.

Jakým písmem máte vysazené vizitky?
Ale co je to za otázku? Myslím, že Millerem. A na zadní straně je několik znaků v kanji a katakaně, které jsem sám navrhoval. Japonci milují vizitky, a když máte na svých vizitkách japonštinu, máte hned v Japonsku spoustu bodů k dobru.

RIZIKA A ODMĚNY

Které ze svých písem považujete za nejúspěšnější?
Z obchodního hlediska je to velmi těžké posoudit, protože třeba za Galliard nebo Charter mi nechodí honoráře, ale za rodinu fontů Miller ano. Nevím, jak si z komerčního hlediska tyto fonty v minulosti vedly, protože nemám, jak to změřit.
Co se týče prodeje, vede si Miller neuvěřitelně dobře. Prodává se taky Mantinia a Big Caslon, ale žádný z nich už není takový trhák. A Skia! John Collins z MyFonts na mě naléhal už dávno předtím, než jsem mohl legálně vydat verzi fontu Skia pro PC, kvůli smlouvě o exkluzivitě s Apple. Zřejmě byla poptávka po postscriptové verzi. A na první pohled by se zdálo, že je tomu naopak. Člověk by si řekl, že když něco dostanete zadarmo, proč byste si to chtěl kupovat? Font Skia také hodně používají televizní stanice. Je zvláštní, že je na obrazovce dobře čitelný, což jsem nepředpokládal.

Jak to, že dostáváte honoráře jen za fonty Miller, ale ne za Shelley, Galliard nebo Charter?
Když jsem pracoval pro Linotype a pak pro Bitstream, byl jsem zaměstnanec. Až když jsem před třinácti lety založil svou vlastní firmu Carter & Cone, začaly mi moje fonty jako je Mantinia nebo Miller vydělávat. Když jsem navrhl font Mantinia, bylo mi šestapadesát.
Mladší designéři, jako je Cyrus, Jonathan, Tobias nebo Christian Schwartz, už ve svých šestadvaceti šestatřiceti letech navrhovali dobré fonty a začali na nich vydělávat. A nevidím žádný důvod, aby Tobias přestal dostávat zaplaceno od Interstate, až mu bude třeba sto šest! Už zase existují písmolijny, jako třeba Font Bureau, jejichž jediným cílem je obchod s fonty, takže chápou, že musí designérům platit. Sdílejí rizika i odměny. Souhlasíte?

Souhlasím. Jinak bych se nezabýval vší tou typografickou veteší. Byl bych se stal...
Lingvistou, profesorem lingvistiky.

Nebo bych dělal surfovací prkna nebo cokoli jiného. Nevidím to nijak beznadějně. Mockrát děkuju za rozhovor!
Velice rádo se stalo. Pěkně jsme si popovídali.
✖ **[překlad: Linda Kudrnovská]**

Adam Twardoch develops fonts and font tools for Fontlab Ltd., MyFonts, Linotype and other clients worldwide. He is member of the ATypI Board and ATypI country delegate for Poland.
Adam Twardoch se zabývá tvorbou fontů a aplikací na jejich editaci pro Fontlab Ltd., MyFonts, Linotype a další společnosti po celém světě. Je členem rady ATypI a jejím polským delegátem.

エイブル
賃貸・管理
渋谷店 3499-8911
野村證券
NOMURA
POLA
NOVA
駅前留学
SK-II
キムラヤ
TAITO STATION

buck
you!

všechno je možné

Mají Japonci dost času, že vám poradí, případně vás někam dovedou, nebo jsme v Evropě příliš zaneprázdněni a pracujeme víc než oni? Smí mít řidič v autobuse klín, aby ho mohl vložit pod kolo svého autobusu, doběhnout k první křižovatce a ukázat ztraceným Evropanům cestu k muzeu? Je pravda, že černá je krásná a navíc zeštíhluje, nebo se jen lodě s barevnou pánskou konfekcí na cestě z Číny pořád někde ztrácejí? Může na světě existovat země, kde lze i s nejmenším kašpárkem hrát velké divadlo? Jsou opravdu všechny japonské školačky panny? Znáte stát, kde se nekrade? Dokáže česká modelka v kozačkách o dvě čísla větších současně telefonovat, řídit kolo, brzdit a ještě se usmívat? Existuje limitovaný počet penisů na jednu normostranu japonského komiksu? Myslí si všichni Japonci, že jsou dobří zpěváci, nebo se jen my neumíme bavit? Znamenají kosočtverce na japonských silnicích to samé, co na českých domech? Mají krajky v taxíku co do činění s japonským folklórem? A kdo je vlastně Suntory?

Při zastávce v Osace se nám podařilo ztratit papírovou tašku s nákupy. Navštívili jsme předpokládané místo ztráty – japonský Apple Store.
Přicházíme k přepážce: „Hello, do you speak English?“
„Ou jes, ofkors!
„Okay, [pomalu] I lost my paper shopping bag here. Today. Ten minutes ago.“
„Hmm... ...haaa!“ Prodavač nás odvádí k polici plné tašek na powerbooky. Dlouho se rozhlíží, něco si mumlá, po chvíli smutně zvedá hlavu: „Nou pejprbek hír.“

MALÝ SLOVNÍČEK VÝRAZŮ
Pisful pípl – mírumilovní lidé
Hirošima pispark – park míru v Hirošimě
Goee-ey? – Mám vám to zabalit?
Karate tíchh – učitel karate
Buck you – japonský ekvivalent k vulgární frázi
Jůůůr frent – tvoji přátelé
Dr. Drive – síť autoservisů
Notjet – praktická univerzální odpověď, která se hodí téměř na cokoliv („When will you start selling new iPods?“ – „Hhhhm, notjet!“)
Elitl – ne („Do you speak English?“ – „Jes, e litl.“
Překlad: Mluvíte anglicky? Ano, ani trochu!)

TEXT + PHOTO. JIŘÍ KARÁSEK & RADEK SIDUN

everything is possible

Is it because the Japanese have plenty of time that they advise you, or even walk you to your destination, or are we too busy in Europe, working more than them? Is a bus driver allowed to put a chock under the wheel of his bus, run to the next crossing and show the lost Europeans the way to the museum? Is it true that black is beautiful and it makes you look slimmer, or is it just that cargos of colorful men's clothes always get lost on their way from China? Is it likely that there is a country in the world where you can play a great theater with a teeny tiny puppet? Are all the Japanese schoolgirls really virgins? Do you know a country where people do not steal? Can a Czech model in too-big leather high-heels make a phone call, ride a bicycle, brake and smile at the same time? Is there a limit for the number of penises per page in a Japanese comic book? Do all the Japanese think they are good singers, or is it just us who cannot entertain themselves? Do the diamond signs on Japanese roads have the same dirty meaning as those on Czech buildings? Do the laces in taxicabs have anything to do with Japanese folklore? And who the heck is Suntory?

While making a stop in Osaka, we somehow lost our paper shopping bag. We returned to the place where we thought we had lost it—a Japanese Apple Store.

We come to the counter: “Hello, do you speak English?”
“Ouu yez, of kouz!”
“Okay [slowly], I lost my paper shopping bag here. Today. Ten minutes ago.“
“Hmm...I sii!” The assistant takes us to the shelf full of powerbook bags. He takes a long look, mumbling, and after a while he raises his head, saying sadly: “No paperback heeer.”

LITTLE VOCABULARY
Pissful peepl – peaceful people
Hiroshima Pisspark – Peace Park in Hiroshima
Goee-ey? – Should I pack it for you?
Karate teechaah – Karate teacher
Buck you – Japanese equivalent of the popular dirty phrase
Yuuur frent – Your friends
Dr. Drive – car service chain
Notyet – practical universal answer that can virtually be applied to everything (e. g. “When will you start selling new iPods?“ – „Hhhhm, notyet!“).
Elitl – no (e. g. “Do you speak English?” – “Yez, elitl.”, meaning: Yes, not at all!). [translation: Petr Onufer]

TYPOTEXT Nimbus Sans Novus (medium, **bold**, **heavy**) URW++ → Desyrel

Qoo

CESKOSLOVENSKY
FOTBALOVY SVAZ

NEW
NEW

このしたでんきあぶない!

TONY DE VIT
LEE HASLAM
NEW
NEW
NEW
NEW
WALK

INFORMATION
STARWARS
REVENGE OF THE SITH
STAR WARS TRILOGY
ハウルの動く城
1/24 second
ザ・リング2
マルチュク青春通り
フレンズ
甘い人生
若大将キャンパス
ジャッカス
Volume One
jackass
ドラゴン桜
Directors Label 2
COMPOSER
アイランド

歩行喫煙禁止
渋谷区分煙ルール
重点地区

NTT
注意
電話がとまる!
地下埋設物あり
この付近を掘る
ときは必ず
下記へご連絡ください
[連絡先]
NTT-テレコムエンジニアリング関西
京都支店 設備部 設備情報担当
TEL (075) 802-1186

SUNTORY
COFFEE
BOSS

・ベルトに物をのせないでください。
・ベルトにつかまり黄色い線の内側

とまれ

優先
Priority
Seat
座席
優先座席付近は携帯電話の電源OFF

OFF
優先席 Priority Seat

おゆずりください。
みなさまの、やさしい心づかいをおねがいします。
Your kindness is greatly appreciated.
席
Y SEAT

アイスタ
アコム
5F
Step

赤石
nao
Emya88
折笠
K

28
洲本市内
工事中
交互
通行

28
洲本市内
工事中
交互
通行

✖ KRÁSNÉ PÍSMO VE VÝVOJI LATINKY I–II Monumentální dvojsvazkové dílo významného českého typografa **Františka Muziky** (1900–1974) patří ve svém oboru k dílům klasickým. Jako jediná publikace v českém jazyce popisuje vývoj evropského písma od prehistorie (první písmové soustavy nejstarších kultur, řecké a římské písmo) po gotická písma (I. svazek) a od renesance po písma počátku dvacátého století (II. svazek). Muzikova práce není jen kompilačním souborem, ve své době (1. vydání 1958, 2. vydání 1963) představovala i významný autoritativní a hodnotící pramen (rozlišující progresivní a slepé větve ve vývoji písma); nemalý podíl má rovněž na utřídění a dotvoření české písmové a tiskové terminologie. Podle dobových recenzí měla kniha světový ohlas, přestože byla publikována pouze v češtině – recenzenti často zmiňovali, že kniha je smysluplná i pro Nečecha, a to díky 148 celostránkovým přílohám a stovkám reprodukcí v textu. Kniha byla donedávna k mání jen za mnohatisícové částky v antikvariátech. Nakladatelství Paseka si proto zaslouží pochvalu za vzorný reprint (až na zvolený papír: chtělo by to o něco vyšší gramáž – některé tmavší obrázky rušivě prosvítají) i výbornou cenu. Škoda jen, že je reprintováno vydání první, nikoli druhé, jež bylo podle slov autora doplněno v textu o „závažnější zásahy“ a jehož obrazový doprovod byl vylepšen např. o kvalitnější předlohy. **[jk]**
(ISBN 80-7185-740-8 vázaná, 210×297, 1476 stran, 764 + 712 stran textu, 1 990 Kč, případně výhodnější cena při objednávce přes www.magtypo.cz)

✖ NEKROLOG 25. listopadu 2005 zemřel v Teheránu **Morteza Momayez** (1936), zakladatel moderního íránského grafického designu, pedagog a šéfredaktor grafického časopisu Neshan.
Pan Momayez byl prezidentem, zakladatelem nebo aspoň členem mnoha významných íránských i mezinárodních grafických institucí (např. Tehran International Poster Biennial, Iranian Graphic Design Society, Alliance Graphique Internationale) a držitelem řady ocenění za grafickou tvorbu (v roce 2004 dostal cenu Icograda za celoživotní přínos grafickému designu). Už od roku 1969 byl Momayez také oblíbeným pedagogem fakulty výtvarných umění Teheránské univerzity.
Íránský grafik Majid Abbasi mi v červenci napsal, že do Teheránu konečně dorazilo patnácté číslo Typa věnované perskému designu, které určitě udělá vážně nemocnému Mortezovi radost. V posledním čísle Neshanu, které nám do redakce přišlo, byl opravdu vložen osobní dopis od pana Momayeze s pochvalou. To už se nám bohužel stávat nebude. **[lk]**
→ www.graphiciran.com
→ www.neshanmagazine.com
→ www.tehran-poster-biennial.com

Photo: Amirali Ghasemi

✖ OBITUARY **Morteza Momayez**, founder of modern Iranian design, teacher and editor-in-chief of the graphic magazine Neshan, born 1936, died November 25, 2005. Mr. Moyez held a number of important posts, being the president, founder or member of numerous graphic institutions, both Iranian and international (e.g. Tehran International Poster Biennial, Iranian Graphic Design Society, Alliance Graphique Internationale); he was awarded many graphic prizes, and in 2004, he received the Icograda Life Time Achievements Award. Besides that, from1969 until his death, Momayez was a popular teacher at the Faculty of Fine Arts of Tehran University.
In July, I got a letter from the Iranian graphic artist Majid Abbasi, saying that the latest issue of Typo focused on Persian design finally had made its way to Tehran, which was definitely going to please Morteza, who was already seriously ill at that time—and the latest issue of Neshan, which we received a bit later, actually included a personal letter from Mr. Momayez praising us. We are truly sad this will not happen again. **[lk]**

✖ WORK! Když jsem jel před několika lety autem do Pardubic s docentem Rostislavem Vaňkem, vedoucím Ateliéru grafického designu a vizuální komunikace na pražské VŠUP, vyprávěl mi mimo jiné o svých přáních. Utkvěla mi v paměti dvě. Moc si přál, aby se jeho studenti podívali do Japonska. A také projevil naději, že se mu jednou podaří pomoct na svět knize, která by mapovala tvůrčí dění v jeho ateliéru. Rok 2005 se evidentně Vaňkovi vydařil. V říjnu strávily dvě desítky studentů pár týdnů v Japonsku a 22. listopadu byla v pražském knihkupectví Fraktály představena kniha Work!
Rovnou na začátku prozradím, že kniha je po všech stránkách velmi povedená. Padne do ruky, je to takový milý špalíček ideálních rozměrů s žlutou obálkou, na dotek příjemnou. Úvodní strany patří čtivé eseji Alana Záruby, po ní následují coby tematické kapitoly studentské práce. Každý úkol, který Vaňkovi studenti plnili, je dokumentován několika reprodukcemi. Kromě ateliérových cvičení jsou v knize také ukázky realizovaných zakázek, za všechny jmenuji alespoň corporate design pro Městskou knihovnu v Praze, Univerzitu Pardubice a Středočeský kraj. Zároveň jsou otištěny i práce, které nebyly vybrány, což umožňuje zajímavá srovnávání. Ukázky jsou reprodukovány buď v podobě fotografií, nebo originálních dat. V závěru knihy jsou zatím poslední diplomové práce studentů ateliéru Maria Corradiniho a Libora Klečka a také veselé černobílé fotografie z každodenního života ateliéru. Z typografického pohledu na mě kniha působí přátelsky, pochvalu si zaslouží i tisk. O něco horší je to s vazbou, obávám se, že se obálka při častém listování publikací poláme. Jen je velká škoda, že se zapomnělo na korektury: školácké hrubky dělají knize ostudu – stejně se bude víc prohlížet než číst, řekli si zřejmě autoři...
Kniha je skvělým dokumentem o tvořivosti studentů a pedagogických schopnostech Rostislava Vaňka. Nezbývá než doufat, že si odvážný a netypický přístup k řešení úkolů uchovají v praxi alespoň někteří studenti a zčeří tak poměrně poklidné vody českého grafického designu. **[fb]**
Publikaci Work! vydalo nakladatelství Fraktály. Formát 140×220 mm, 400 barevných stran, brožovaná vazba, cena 900 Kč.

✖ WORK! A few years ago, I was driving a car to Pardubice with Rostislav Vaněk, head of the Studio of Graphic Design and Visual Communication of the Academy of Arts, Architecture and Design in Prague; among others, he told me about his wishes. Two of them remained in my memory. He really wished for his students to visit Japan. And he also expressed his hope that one day, he will be able to produce a book mapping creative action taking place in his studio. Well, the year 2005 was obviously successful for Vaněk. In October, twenty of his students spent a couple of weeks in Japan, and on November 22, a book called Work! was launched in the Prague bookstore Fraktály.
It has to be said right in the beginning that the book is well executed in every respect. A pleasant volume of an ideal size in a yellow cover, it fits well in your hand and feels nice to touch. Its first pages offer a lively essay by Alan Záruba, followed by students' works, organized into chapters according to various topics. Each task Vaněk's students were given is documented here by several reproductions. Besides studio exercises, the book features samples of the realized jobs—e. g. corporate design for Prague Municipal Library, the University of Pardubice or Central Bohemia Regional Council. Moreover, the book presents works that were not chosen in the contests, which makes for an interesting comparison. The samples are either reproduced as photographs or original data. In the final part of the book, one can find diploma theses of the students Mario Corradini and Libor Kleček, plus cheerful pictures from the studio's everyday life. From the typographical point of view, the book seems quite friendly; its print quality is also more than praiseworthy. The same, however, cannot be said about its binding: I am afraid that with frequent leafing in its pages, the book cover will break. One can only regret that the book lacks editing work: grammar mistakes undoubtedly disgrace the book—it seems the authors thought the readers were going to look at the pictures more frequently than read the whole book...
The book is an excellent document of both the creativity of his students and pedagogical skills of Rostislav Vaněk. One can only hope that at least some of the students will keep their brave and unconventional attitudes in their future careers, thus disturbing the quite waters of Czech graphic design. **[fb]**
Work! was published by Fraktály Publishers; Format 140×220 mm;
400 color pages; paperback; price: 900 CZK.
→ www.fraktaly.cz

corporate identity set

✖ CORPORATE IDENTITY SET Kvalitní české literatury o corporate identity je zoufale málo. Nejnovějším pokusem přiblížit toto téma českému čtenáři je Corporate Identity Set editorů **Michala Kotyzy** a **Ondřeje Kafky**. Hlavní součástí sympatické plastové krabičky je 64stránková barevná knížka v kroužkové vazbě. Při jejím čtení mě bohužel neustále provázel dojem, že se autoři nedokázali dohodnout, komu je balíček určen. Jestli spíše těm, kteří o CI rozhodují, nebo těm, kteří ji vytvářejí; jestli laikům, nebo odborníkům.
Za nejlépe zpracované a pro designéry nejužitečnější považuji části věnované praktickým otázkám corporate designu, tedy tvorbě grafického manuálu. Ty jsou napsány stručně, výstižně a srozumitelně a obsahují skutečně mnoho cenných informací. Autoři se podělili o řadu postřehů a doporučení, které získali mnohaletou praxí v oboru. Naopak nejslabším místem jsou teoretické kapitoly. Ty jsou psány nesrozumitelnou, rádoby odbornou „reklamštinou“, jež má zakrýt poněkud mdlý obsah (ještě že autoři doplnili knížku slovníčkem!). Jen namátkou: „Filozofie, aby mohla plnit svou funkci, musí být zaměstnanci akceptovaná a oni se s ní musí ztotožnit. Nejlepší cestou, jak toho dosáhnout, je umožnit, nejlépe všem zaměstnancům, podílet se na její definici.“ Škoda, že na to nepřišli už antičtí filozofové. Mohli založit filozofická „eseróčka“ a akciovky a definici filozofie svěřit svým zaměstnancům. Místo toho, chudáci, nad smyslem života a vznikem všehomíra přemýšleli sami. Moderní firma již zřejmě nemůže mít strategii, ale musí se po hlavě vrhnout rovnou do filozofie. Přes nemalé výhrady k této publikaci si myslím, že je to velmi užitečný pomocník pro všechny, kdo se corporate designem zabývají. Hodnotu zvyšuje i velké množství komentovaných ukázek a přiložené CD s grafickými manuály a prezentacemi více než dvacítky českých grafických studií. Když nic jiného, je inspirativní a obohacující podívat se na práci ostatních. **[fb]**
Corporate Identity Set zahrnuje knihu, pět ukázkových vzorníků fólií firmy 3M, čtyři bločky Post-it a dvě CD.
Publikaci vydal Kafka Design, cena je 599 Kč, pro předplatitele časopisu Font 499 Kč. → www.kafka.cz/font/ci-set.html

BLACK LABEL
Tato publikace je vytištěna na papíru Black Label Mat 250 g/m² (obálka) a 150 g/m² (vnitřní listy).
ANTALIS s. r. o., Office Park Nové Butovice, Bucharova 1314/8, 158 00 Praha 5
tel.: +420 233 113 211, fax: +420 233 113 223, e-mail: antalis@antalis.cz, **www.antalis.cz**
antalis™ antalis.com

TYPO Berlin 2006
11th International Design Conference
18. to 20. May

And the winner is ... the fastest!

Register now to secure a discount!

First Speakers:
Donald Beekman
Eboy
Johannes Erler
Daniel Gjøde
Ralf Grauel
Fons Hickmann
Karlssonwilker Inc.
Chip Kidd
Claudius Lazzeroni
LettError
Ralf Lobeck
Ellen Lupton
Mathias Mertens
Tim Pritlove
Clemens Schedler
Piet Schreuders
Erik Spiekermann
Katja Thoring
Andreas Trogisch
Underware
Sven Voelker
Simon Waterfall
team basics_09
And more to come!

Facilitators:
Albert Dommer
Heide Hackenberg
Alessio Leonardi
Simone Wolf

Friedrich Schiller was always keen to underscore the importance of play. In his "Aesthetic Education" he wrote: "Man is only really a man when he plays."

Play offers a great opportunity for breaking old moulds and creating something new. Creative companies recognize the merits of combining ratio with emotion. No-one knows that better than design and advertising professionals. TYPO 2006 will explore and confirm the merits of play.

Three days of presentations, discussions, workshops, playgrounds, colleagues and friends. With surprises, as usual, but still at the usual prices.

Conference ticket price	Professionals	Students
registration by 28. 2. 2006	495,–	245,–
thereafter	595,–	

All prices are in euros and inclusive of VAT.

TYPO Berlin 2006 Play

www.typoberlin.de

Fonts: FF Zwo, Salmiak, Design: www.studioadhoc.de

FontShop

Sketches for Bell Centennial, commissioned by AT&T for the U.S. Telephone directories, 1978.
Skici k písmu Bell Centennial pro americké telefonní seznamy, zadavatel AT&T, 1978.